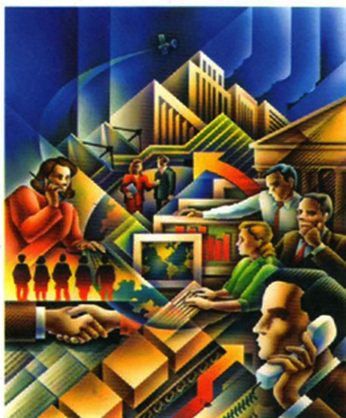


أدبيات الإعلام
(ديونتولوجيا الإعلام)

جان كلود برتراند



ترجمة

أ. رباب العابد

المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع

أدبيات الإعلام

(ديونتولوجيا الإعلام)

الطبعة الأولى

1429 هـ - 2008 م

"ouvrage publié avec le concours du Ministère français
chargé de la culture- Centre national du livre"

مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع
بيروت - الحمرا - شارع اميل اده - بناية سلام - ص. ب 113/6311
تلفون: 791123/(01) - تلفاكس 791124 (01) بيروت - لبنان
بريد الكتروني majdpub@terra.net.lb
ISBN 978 - 9953 - 515 - 52 - 74

كلود جان برتراند

أدبيات الإعلام

(ديونتولوجيا الإعلام)

ترجمة

أ. رباب العابد

المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع

هذا الكتاب ترجمة:

La déontologie des médias

CLAUDE-JEAN BERTRAND
Professeur émérite à l'Institut français de presse
Université de Paris 2

مقدمة

مرّ قرن من الزمن تقريباً على انتشار الفضيحة التي أحدثتها عشرات المليارات من الفرنكات التي قدّمها الفرنسيون كقرض للدولة القيصرية. ففي ذلك العصر «(كان) أي إصرار على تقديم قروض جديدة يحارب من قبل الصحافة التي اعتادت بالاتفاق مع المصارف، على إجراء مساومة مثمرة»[1]. وقد ارتفعت أصوات المجموعة الرقابية الإعلامية (PDG) في زمن قريب، أي في عام 1990 ضمن مجموعة شركات مالكة لمحطة تلفزيونية بعد أن عرضت المديرة الإعلامية على الهواء مباشرة شهادات معارضة للحكومة، في بلد تحقق فيه هذه المجموعة من الشركات أعمالاً كبرى قائلة: «أولى بها أن تدرك الفوائد التي تقدمها مجموعة صناعية كبرى كمجموعتنا؛ وإن لم تفعل فالباب مشّرع أمامها: لتذهب وتبحث لها عن مكان آخر». حدث كهذا يفلت من الجمهور العريض ولكن ما لا يغيب عنه هو أن مقدم برنامج إخباري كبير ومتلفز، متورط في عام 1991 في قضية تلاعب لدى تقديمه مقابلة تلفزيونية، وفي قضية هدايا محرّمة عام 1993، وقد استمر في عمله ست سنوات بعد ذلك.

لا يستغرب إذا أشارت الاستطلاعات إلى ريبة الجمهور حيال

(1) راجع M.Baumont في مؤلفه «النهضة الصناعية والإمبريالية الاستعمارية» الذي صدر في باريس عن PUF عام 1937 في الصفحة 196.

وسائل الإعلام[1] وإلى ميل معين نحو تقييد حريتها. «فقد توصل الأميركيون بالإجماع تقريباً إلى استنتاج أن الصحافة غير موضوعية وبأن أفراداً أو تنظيمات ذات نفوذ قادرة على حذف الأخبار أو توجيهها»[2]؛ فثلث الفرنسيين فقط يؤمن باستغلال الصحفيين، وتعبر مختلف الجماهير من جهة أخرى، عن استيائها الشديد حيال ما تقدمه وسائل الإعلام من مواد ترفيهية.

مفارقة: ـ تتهم وسائل الإعلام بأنها مصدر جميع أنواع الأذى في الوقت الذي لم تكن فيه في يوم من الأيام أفضل حالاً عليه من حالها اليوم. ويكفي لكي نقنع أنفسنا بذلك أن نقلّب صحفاً من القرن الماضي، وأن نسترجع في ذاكرتنا بعض البرامج التلفزيونية التي بثّت في الخمسينات، أو أن نقرأ ذم النقّاد قديماً. فلم يعد هناك اليوم فساد مكشوف أو عنصرية مفضوحة أو أصوات تدعو للقتل. فوسائل الإعلام أفضل حالاً إذن ولكنها تبقى ضعيفة. فإن استطاع معظم الناس قديماً الاستغناء عن الوسائل الإعلامية فهم يشعرون اليوم حتى ضمن الأقوام الريفية بالحاجة، ليس للوسائل الإعلامية فحسب، بل إلى وسائل إعلامية راقية. فتطويرها لا يعتبر مجرد تغيير يرتجى: فمصير الإنسانية يتعلق بذلك. والديمقراطية وحدها في الواقع، هي التي تستطيع أن تحقق بقاء الحضارة، ولا يمكن أن يكون هناك ديمقراطية دون مواطنين على إطلاع جيد بمجريات الأمور؛ ولا يمكن

---

(1) كما يشير الاستطلاع السنوي الذي تنشره محطة La Croix/Télérama منذ عام 1987.

(2) راجع افتتاحية المجلة المهنية «Editor & Publisher» بتاريخ 28 كانون الأول/ ديسمبر لعام 1998 (الصفحة 12) حول تحقيق أجرته الجمعية الأميركية لناشري الصحف حول مصداقية الصحف.

أن يكون هناك مثل هؤلاء المواطنين دون وسائل إعلام نوعية.

هل يعتبر مثل هذا التأكيد مبالغاً به؟ يأتي الجواب من الاتحاد السوفيتي السابق حين أتلفت بين عام 1917 والثمانينات مئات الآلاف من الكتب القديمة والأعمال الفنية، وتعرّضت مساحات واسعة لتلوث مستعصٍ، وقتلت عشرات الملايين من البشر بسبب عدم رغبة وقدرة الوسائل الإعلامية السوفيتية على كشفها والتنديد بها.

تنحصر مشكلة أساسية في كل مجتمع لا تقوم فيه الوسائل الإعلامية بمهامها على أكمل وجه ضمن سؤال هو: كيف السبيل إلى تحسينها؟

الوسائل الإعلامية: ـ يُقال إنها تشكل في آن واحد صناعة وخدمة عامة ومؤسسة سياسية. وفي الواقع لا تشترك جميعها في هذه الطبيعة الثلاثية: فالتقنية الحديثة تفسح المجال أولاً إلى إحياء صناعة يدوية، ومن جهة أخرى هناك قسم من هذه الوسائل لا يمت أبداً إلى الخدمة العامة (كصحافة نشر الفضائح مثلاً). وأخيراً توجد العديد من الوسائل الإعلامية (كآلاف المجلات المهنية) لا تلعب أي دور في الحياة السياسية؛ إلا أن الهيئات التي يهتم لها المواطنون المتميزون هي وسائل الإعلام العام التي لا يمكن لها أن تنفصل عن إحدى الصفات الثلاث.

صراع الحريات: ـ نجد أنفسنا بالتالي أمام صراع جوهري بين حرية الامتلاك وحرية التعبير. يرى متعهدو الوسائل الإعلامية (والمعلنون) أن الإعلام والترفيه هما أدوات يستثمرون بها مورداً طبيعياً هو المستهلك؛ ويجهدون للحفاظ على نظام قائم يوافق مصالحهم. من جهة أخرى، يرى المواطنون أن الإعلام والترفيه سلاح يستخدمونه في نضالهم من أجل السعادة التي لا يمكنهم بلوغها دون إجراء تغيير في النظام القائم.

لا يوجد لهذا التناحر بين الطرفين من حل بسيط. فقد استخدم حلاّن خلال عقود من الزمن في أكثر من نصف أمم الكرة الأرضية، يقضيان بإقصاء أحد الطرفين المتناحرين: فالأنظمة الديكتاتورية ذات النمط الفاشي تلغي حرية التعبير دون المساس عادة بملكية الوسائل الإعلامية. والأنظمة الشيوعية تحظّر حرية الامتلاك مدّعية أنها تحافظ على حرية التعبير. والنتيجة واحدة في كلا الحالين: حيث تصبح الصحافة المبتورة أداة استغباء وعقائدية.

لذلك عقد العزم على منح صناعة الوسائل الإعلامية حرية (سياسية) كاملة. فكان لرفع احتكار الدولة وللرقابة الحكومية على الإذاعة والتلفزيون في السبعينات والثمانينات جراء ذلك، أثر كبير على الديمقراطية وعلى تطور الوسائل الإعلامية. ولكن استثمارها المتصاعد تجارياً في القرن العشرين وحصر ملكيتها لم ينسجما جيداً مع مبدأ التعددية. «فالتكتل» لا يتوافق مع الاستقلال اللازم لوسائل الإعلام. فلو كانت الحرية كاملة لاستطعنا أن نتوقع انحطاط تلك الوسائل في قطاع الإعلام كما في قطاع الترفيه. فقد تكونت لدينا الفكرة عن ذلك في الولايات المتحدة حيث تعتبر جميع وسائل الإعلام تجارية والرقابة في حدها الأدنى[1]. فقد رأى أوجين روبرتز Eugene Roberts وهو مدير شهير لصحيفة يومية «أن الصحف باستثناء بعضها، تركّز على زيادة أرباحها لإرضاء المنفذين»[2]. إضافة إلى أنه نتج عن ذلك في تلك البلاد، أن استطاعت مجموعة صحفية أن تنال 25% من الأرباح (هي مجموعة غانيت Gannett) في حين يمكن لمحطة تلفزيونية أن تبلغ 50%.

---

(1) راجع Ben Bagdikian في مؤلفه «احتكار وسائل الإعلام» الذي صدر في بوسطن عام 1983 وفي طبعته الخامسة عام 1997.

(2) ذكر ذلك في مجلة «كاتب وناشر» في 24 شباط/فبراير من عام 1996.

لا يمكن أن يقتصر هدف الوسائل الإعلامية فقط على ربح المال، ولا أن تكون مجرد حرة: فالحرية هي شرط ضروري ولكن غير كاف. والهدف المرجو هو حيازة وسائل إعلامية تخدم بشكل جيد جميع المواطنين. ففي جميع أنحاء الغرب الصناعي تتمتع الوسائل الإعلامية الخاصة بالحرية السياسية منذ زمن طويل جداً وغالباً ما قدمت خدمات يؤسف لها[1].

هل يتعين إذن على العكس من ذلك وضع جميع الوسائل الإعلامية تحت رقابة الدولة؟ فالتجربة الشيوعية والفاشية التي جرت في القرن العشرين لم تفعل شيئاً للتخفيف من توجّس قديم حيال الدولة. إذ يحق لنا أن نخشى أن يجري خلط مطلق في المعلومات وفي المادة الترفيهية. فقد اتفق في جميع الأنظمة الديمقراطية في العالم: على أنه لا بد للوسائل الإعلامية من أن تكون حرة وبأنها لا تستطيع أن تكون كذلك تماماً. فمسألة التوازن بين الحرية والرقابة ليست حديثة العهد: فقد كتب جون أدامز رئيس الولايات المتحدة الذي امتدت ولايته من عام 1797 إلى عام 1801 إلى صديق له عام 1815 قائلاً:

«إذا طرأ في يوم من الأيام تحسن على مصير الإنسانية سيكتشف الفلاسفة وعلماء الدين المشرعون والساسة والمصلحون أن تنظيم الصحافة هي المسألة الأكثر صعوبةً وخطراً وأهميةً والتي يتعين عليهم حلها[2]».

يعتمد الناس كثيراً في البلدان الأنجلوسكسونية على السوق لضمان خدمة جيدة من وسائل الإعلام، ولكنهم يعوّلون جداً في

(1) تعتبر الإذاعة البريطانية BBC قانونياً أقل حرية من الإذاعة الأميركية ABC ولكنها قدمت خدمات أفضل بكثير لمستمعيها.

(2) رسالة مؤرخة في 11 شباط/فبراير عام 1815 وموجهة إلى جون ليويد John Lioyd.

البلدان اللاتينية على الحق. فالاثنان ضروريان ولكنهما خطران، ومن الضروري دون الاستغناء عن أي منهما، إيجاد وسيلة متمّمة؛ وهذه الأداة يمكن أن تكون الانضباط المهني.

الانضباط المهني (الأخلاقي): إنه في معرض الحديث عن الوسائل الإعلامية، مجموعة من المبادئ والقواعد أنشأتها المهنة، أفضلها ما سُنَّ بالاشتراك مع مستخدميها، بغية تلبية حاجات مختلف فئات الشعب بشكل أفضل. فما تمتاز به الصحافة بين المؤسسات الديمقراطية، هو أن سلطتها لا ترتكز على عقد اجتماعي أو تفويض من الشعب، عبر انتخاب أو ترشيح لنيل شهادة، أو عن طريق تصويت لقانون يفرض قواعد معينة. فلكي تحتفظ وسائل الإعلام بامتيازها واستقلالها تحتاج للغوص داخل مسؤوليتها الأولى وهي: خدمة السكان.

لا يمت انضباطها المهني للحق ولا للأخلاق بصلة حتى في حدها الأدنى، إذا تناولنا هذا المصطلح في معناه الضيق. فالأمر لا يتعلق بالاستقامة أو بالمجاملة بل بتحقيق مهمة اجتماعية عظمى. فمن غير السهل تعريف خدمة راقية إلا إذا كانت سلبية. فالخدمة الحسنة تستبعد مثلاً تحويل صحيفة يومية إقليمية إلى عدد من الصفحات المحلية الملأى بالأحداث المتفرّقة، أو ألا يكرّس أي برنامج منتظم لمحطة تلفزيونية كبرى لتربية الأطفال كما هو حال برنامج «وظائف عبر الانترنت» الذي يبثّ في الولايات المتحدة.

فالانضباط المهني لا يمارس بديهياً إلا في جو ديمقراطي. فمن لا يؤمن بقدرة البشر على التفكير باستقلالية وعلى إدارة حياتهم، يستبعد نهائياً الرقابة الذاتية التي لا يمكن أن يتصورها المرء جدياً إلا حيث تتواجد في آن واحد حرية التعبير وبعض الرخاء للوسائل

الإعلامية وللصحفيين الأكفّاء الفخورين بممارسة مهنتهم. وبدون الرخاء لا وجود لمستهلكين، وبالتالي لا وجود للدعاية، وبالتالي تكون الوسائل الإعلامية فقيرة وفاسدة أو محمية ومراقبة من قبل الدولة. وهذا يعني أن الانضباط المهني في العديد من البلدان حتى الديمقراطية منها رسمياً غير متطابق بشكل وافٍ مع الواقع.

لماذا الآن

جاء وقت كان مهنيو الوسائل الإعلامية يردّون في معرض الحديث عن الانضباط المهني بصمت مستهجن أو بإجابة غاضبة. أما اليوم فقد ازداد عدد المهتمين بذلك. فهم يجسّدون اهتمامهم بنشر كتب وافتتاحيات ومقالات في صحف يومية وأعداد خاصة من مجلات مهنية وفي برامج إذاعية وتلفزيونية وفي منتديات وورشات عمل وضمن لجان دراسية واستطلاعات. لماذا؟

أتت ردود الصحفيين الأوربيين(1) لدى طرح السؤال عليهم متباينة: منهم من قال إن ذلك ناجم عن تأثير التقدم التقني ومنهم من قال إن السبب يعود لحصر الملكية أو لازدياد الهدف التجاري للوسائل الإعلامية أو بسبب خلط الإعلام بالدعاية أو لفداحة عدم دقة الخبر أو لتزوير الحقائق «الجسيمة» كالذي حدث بشأن تيميسوارا (في هنغاريا) وحرب الخليج، أو للأضرار الفادحة التي مسّت الأخلاق المهنية على يد بعض الصحفيين (كانتهاكات الحياة الخاصة وبوجه خاص ما تقوم به الصحافة الشعبية)؛ أو بسبب تدهور مصداقية وامتياز المهنة؛ أو بسبب ما تلعبه وسائل الإعلام من دور

(1) راجع نتائج استطلاع شخصي جرى في 17 بلد أوربي بين العامين 1993 ـ 1994.

مبالغ به في أية أزمة سياسية، أو للروابط المرفوضة بين الوسائل الإعلامية والحكومة، أو للتهديد بالتضييق المشروع على حرية الصحافة، أو بسبب نهضة تنظيمات الصحفيين، أو أن يكون هذا الانضباط رد فعل على إطلاق الحريات الصحفية في الثمانينات أو على العنف والمشاهد الواقعية في التلفاز.

عوامل تطويرية: ـ يبدو أن عدد الأساسي منها هو نصف دزينة. أولاً ارتفاع المستوى الثقافي للجمهور الذي يجعل من التطوير أمراً أكثر إلحاحاً وأكثر معاندة؛ وأن الناس أصبحوا يتفهمون أهمية الخدمات الإعلامية الجيدة؛ وعدم توافق المفهوم التقليدي للإعلام مع الحياة العصرية، كما أن مستخدمي تلك الوسائل الإعلامية أخذوا يدركون ببطء أنهم يستطيعون، بل يتوجب عليهم أن يفعلوا شيئاً ما.

يتمتع الصحفيون بمستوى تربوي أفضل شأناً. فهم يجمعون على الرغبة في شغل مراكزهم بشكل ملائم ويتمنون الحصول على امتياز اجتماعي أكبر. في هذا السياق يعاني عدد كبير منهم من تغطية أخطاء فئة قليلة.

يعود اللوم بتخلف الوسائل الإعلامية إلى هؤلاء الصحفيين حتى وإن كانوا مسؤولين عن تلك الأخطاء. ففي كل مكان تقريباً يرى أصحاب الوسائل الإعلامية انخفاض نسبة انتشار الصحف وشغل الوقت في مشاهدة المحطات الرئيسية في التلفاز. كما يشدد المعلنون على مصداقية الوسيلة الإعلامية التي يعلنون فيها عن مادتهم. زد على أنه يلاحظ منذ عدة سنوات لدى رجال الأعمال بصورة عامة، اهتمام بالمؤثرات التي تسببها المنتجات التي يطرحونها في السوق وإدراك أن للجودة ثمن.

كانت التكنولوجيا بآثارها الحسنة كما بالسيئة دافعاً للانضباط

المهني، فهي «تشعوب» الوسائل الإعلامية ولكنها في نفس الوقت مدعاة للتشويه. فالمراسل يتوجه من موقعه مباشرة إلى مشاهد التلفاز دون أن يمنحه فرصة للتفكير. وأخيراً تجعل التكنولوجيا من التلاعب بالخبر وتزوير الصور عملاً أكثر سهولة.

وهناك الانترنت، فقد لوحظ في كانون الثاني من عام 1998 أنه جزء من الصحافة الإخبارية عندما أثيرت فضيحة كلينتون ولوينسكي. فقد دخل الجميع على المواقع، وهذا عمل ديمقراطي بامتياز. ولكن من جهة أخرى، يستطيع أي شخص أن يدرج فيه أي شيء كان. لذلك ستزداد الحاجة من جديد لرقباء شرفاء، أي لصحفيين أكفاء يمكن الوثوق بهم.

من جهة أخرى، يجعل طرحه التجاري، من الوسائل الإعلامية أكثر حساسية للرأي العام؛ بل يضاعف من أسباب تشويه الخبر أو من إسفاف المادة الترفيهية ومن خلطهما معاً. وقد لوحظ على كلٍّ، تزايد لمحترفي الإقناع: كالعاملين في الدعاية والملحقين بالصحافة و«المستشارين الإعلاميين» وخبراء الانتخابات.

ساهم أخيراً انهيار الاتحاد السوفيتي بالتغيير. فقد أعطى انتشار الانترنت دفعاً جديداً للانضباط المهني بوضع حد لأسطورة أن يكون حل مشاكل الوسائل الإعلامية بيد الدولة. فهي الإستراتيجية الوحيدة المقبولة لمنع استغلال القوى الاقتصادية لوسائل الإعلام. علاوة على أن الانضباط المهني كان يعاني أحياناً من إلحاقه بالدعاية الشيوعية المفعمة بالتنديد النبيل (بالعنصرية وبالامبريالية) وبالتصريحات الجميلة (عن السلام والتنمية) التي كانت ترددها حكومات البلدان «غير المنحازة» وفي الأمم الديمقراطية على لسان ماركسيين جامعيين.

أما اليوم فيعاني الانضباط المهني بشكل خاص من جهل الناس بديهياً له وعدم فهمه؛ بل في الأوساط الإعلامية أيضاً وهذا أكثر غرابة.



توزع الشرائح: ـ تعرض في هذا الكتاب المبادئ التي يرتكز عليها الانضباط المهني، بعد إجراء بعض التقسيمات الكبرى الضرورية لتوضيح الجدال القائم. يتبعها عرض منهجي للبنود المدرجة في القوانين الموجودة. وبعد هذا البيان للقواعد يكرّس فصل للثغرات المؤسفة لتلك القوانين. يأتي بعد ذلك عرض الوسائل المتاحة لفرض احترام الانضباط المهني دون اللجوء إلى الدولة. وفي النهاية تذكير بالعقبات التي ستعترض تطبيق هذه الوسائل والانتقادات التي وجهت بصددها.



تنبيه: ـ نؤكد من جهة، أنه لا بد لعشر أو خمس عشرة صفحة من الأمثلة المشروحة والمعاصرة والملموسة من أن تحسّن فهم المشاكل الانضباطية، ومن المؤكد أن هناك من عشر إلى خمس عشرة صفحة من القوانين يتداولها العالم اليوم. ولكن هذه الصفحات لم تكن متوفرة سابقاً.

من جهة أخرى، ستلاحظ غزارة الأمثلة المتبعة في الولايات المتحدة. هناك سببان لذلك: أولهما هو أنهم يهتمون كثيراً في تلك البلاد ومنذ زمن طويل بالضوابط المهنية. والسبب الثاني هو عدم فضح هيئة أو أي صحفي فرنسي يهدف الكتاب في الواقع للإعلام وللإقناع إن أتيح ذلك وليس لفضح الأمور؛ فلا يذكر بالتالي أي اسم أو لقب إلا من الناحية الإيجابية.

الجزء الأول
معطيات أساسية

الفصل الأول
إيضاحات كبرى

تعتبر أدبيات المهنة مجالاً ضبابياً، والمرشدون فيه فلاسفة أحياناً، لغتهم غامضة لأنهم لا يملكون خبرة المتمرسين، أو لأنهم على العكس من ذلك متمرسون يجهلون ما دار من تفكير في هذا المضمار. بعضهم يخلط المصطلحات، بينما يحشو آخرون عبارات جاهزة في اللغة العامية. فينجم عن ذلك التباس وجدال عقيم وجمود. فمن المفيد بدايةً تقديم بعض الإيضاحات.

معوقات حرية الصحافة: ـ لا يكون المرء مسؤولاً إلا عن الأفعال التي يقوم بها إرادياً. وبالتالي لا يمكن للانضباط المهني (أو أدبيات المهنة) أن يتطور إلا إذا كانت الوسائل الإعلامية حرة. هناك خمس عقبات كبرى مختلفة جداً تقف عائقاً في طريق حريتها: أقدمها العقبة التقنية التي تلاشت اليوم. والعقبة الثانية سياسية، فقد كبح تطور الصحافة منذ نشأتها على يد الحاكم ومحاكمه؛ واليوم أيضاً تحاول الدولة حتى ضمن النظام الديمقراطي أن تدقق في الخبر أو توجهه. والخطر الثالث الأشد فداحة في القرن العشرين هو

اقتصادي: حيث تستخدم الوسائل الإعلامية لتحقيق هدف وحيد وهو جني الأرباح. أما بالنسبة للعقبة الرابعة فيمكن أن تثير العجب لأن الحديث عنها نادر وهي المبدأ المحافظ للمحترفين ودلائلهم وطرق عملهم التي عفا عليها الزمن. والعقبة الأخيرة التي لا يتحدث عنها أحد أبداً فتصدر من الثقافة البيئية، أي من التقاليد، كوضع النساء في البلدان الإسلامية والإخلاص للقبيلة في أفريقيا واحترام الأجداد في اليابان. وبمعنى آخر تصدر من عامة الناس.

I - أنظمة صحافية

هناك أربعة أنظمة محتملة. اثنان منها غير ديمقراطيين وآخران ديمقراطيان. يقوم كل منها على مفهوم معين عن الكون وعن الكائن الإنساني. باختصار، يرى المتشائمون أن الإنسان مادة خام ولا يعزون له أي رأي حر: فهو بحاجة لأن يراقب ويلجم وأن يحزّب ضمن عقيدة معينة. أما المتفائلون من طرفهم، فيعتبرون البشر ككائنات عاقلة: فلو فتحنا لهم مجال الإعلام وكانوا أحراراً في تبادل أفكارهم لعرفوا كيف يديرون المجتمع الذي يحيون فيه.

النظام الاستبدادي: ـ كان هذا النمط من الأنظمة موحداً في أوربا حتى منتصف القرن التاسع عشر. وفي القرن العشرين اتبعت الدولة الفاشية سلوكيات النظم الملكية المستبدة. في هذا النظام، تبقى الوسائل الإعلامية عادة مشاريع خاصة ذات هدف ربحي، ولكن السلطات تراقب مضامينها بحزم. فالإعلام والترفيه يمكن أن يدمّرا، إذ لا بد أن تكون الأفكار المنقولة مطابقة لمصالح السلطة. فليس هناك من صحافة معارضة ولا من نزاع سياسي، كما تحظّر بعض الأنواع من الأحداث المتفرقة التي تدل على زعزعة الحكم.

النظام الشيوعي: ـ ليس هناك من وسائل إعلامية خارج دولة شمولية تنصهر فيها جميع المؤسسات والصناعات، فهي تدور كعقارب الساعة ضمن آلية واسعة؛ وعليه لا يتمتع مصطلح حرية الصحافة، إذاً بأي تطابق مع الواقع. فقد امتد هذا النظام الذي افتتح في روسيا في بداية العشرينات إلى أوربا الشرقية بعد عام 1945 وإلى الصين بعد عام 1949 وفيما بعد أي في الستينات، إلى جزء كبير من العالم الثالث.

تستخدم الدولة في النظام الشمولي وسائلها الإعلامية لنشر تعاليمها وحث الشعب على اتباعها، وأخيراً إلى تشرّب الأيديولوجية الرسمية[1]. فمهمة وسائل الإعلام الأولى هي الكذب وإخفاء كل ما لا يخدم مصالح الفئة الحاكمة. وفي نهاية القرن العشرين كان هذا النظام في طريقه للزوال: فقد ظهر أنه مناوئ للتنمية الاقتصادية وللرخاء الاجتماعي ولنشر المعارف والسلام في العالم وبالتأكيد للديمقراطية السياسية[2].

كان بعضهم يدّعي قديماً في العالم الثالث، أن للوسائل الإعلامية دوراً خاصاً وهو: تيسير التنمية وتربية الشعب وتوحيد مجموعات مختلفة الأجناس في أمة واحدة والحفاظ على الثقافة المحلية. وفي الواقع استخدمت وسائل الإعلام المتطورة نوعاً ما في النظم الديكتاتورية التي تطلق على نفسها صفة الاشتراكية للحفاظ على منصب حاكم مستبد ولخدمة نخبة من المدينة.

---

(1) راجع البند الأول من قانون الصحافة الصيني الذي يقول: «على الصحفيين أن يكونوا أوفياء لبلادهم وللمذهب الشيوعي وأن يعملوا بإخلاص على نشر وتطبيق مبادئ وسياسات الحزب».

(2) هناك جزء كبير من الانتقادات التي وجهها الماركسيون لوسائل الإعلام الرأسمالية لا تقل شأناً في الدلالة على ذلك.

النظام الحر: ـ أصبح النظام الإعلامي الحر قانوناً دولياً بفضل البند 19 من الإعلان الدولي لحقوق الإنسان الصادر عن منظمة الأمم المتحدة عام 1948، حيث يتعين على جميع الوقائع، حسب هذه العقيدة التي نشأت في القرن الثامن عشر، عصر الأنوار، أن تنشر وأن توضع جميع الآراء على «الساحة الفكرية». فيكون الإنسان قادراً بالتالي على تمييز الحقيقة وتوّاقاً ليستلهمها من سلوكه. فإذا أطلقت الدولة العنان لفعل ذلك ستسير الأمور نحو الأفضل.

لم يقاوم هذا الوهم الانتشار التجاري المتصاعد للصحافة عند منعطف القرن العشرين، حيث أصبح خيّراً ما كان مفيداً. زد على أن جميع المشاريع ترنو بشكل طبيعي للتملك. وهكذا كانت السلطة الإعلامية، أي تحديد أركان النزاع الوطني، مهددة بالوقوع في أيدي بعض الأرباب غير المنتخبين ولا بطبيعة الحال خبراء أو مهتمين بخدمة الجمهور.

نظام «المسؤولية الاجتماعية»: ـ هذا المصطلح الذي نشأ من إدراكٍ أكثر واقعية لطبيعة البشر والاقتصاد يتمم المصطلح السابق. فقد طرحت العبارة في الأمم المتحدة من قبل «لجنة تقصي حول حرية الصحافة[1]»، كانت تضم شخصيات من خارج الوسط الصحافي، تلقّت وسائل الإعلام تقريرها الصادر عام 1947 بفتور أو بغضب. وفي الأعوام العشرين التالية اعتمدت أفكارها على نطاق عام تقريباً.

يفضّل بالنسبة لهذه العقيدة ألا تكون وسائل الإعلام ملكاً للدولة ولا خاضعة لرقابتها. كما أن الوسائل الإعلامية من جهة

---

(1) عقدت هذه اللجنة برئاسة R.M.Hutchins عميد جامعة شيكاغو، مما أسبغ عليها تسمية لجنة هوتشينز.

أخرى، ليست مشاريع تجارية عادية يمكن لنجاحها أن يقاس حسب الفائدة منها. فبحثها عن الربح يعتبر أمراً عادياً، ولكن يتعين عليها أن تتحمل «محاسبة نفسها»[1] أي أن تقبل أنها مسؤولة حيال مختلف الفئات الاجتماعية: بتلبية حاجاتها ورغباتها.

في حال أعرب المواطنون عن استيائهم من الخدمة المقدمة إليهم، يتوجب على الوسائل الإعلامية أن ترد على ذلك. ومن المفضّل أن تصحح أخطاءها بنفسها، وإن لم يكن الحال كذلك سيكون تدخل البرلمان أمراً ضرورياً ومشروعاً. لذلك غالباً ما تهتم الوسائل الإعلامية بالانضباط المهني لتجنب مثل هذا التدخل.

يجدر التنويه إلى أن هذه الأنظمة الصحافية الأربعة لا تصادف في وضعها الخالص. ففي النظام الاستبدادي يتصل المواطنون دائماً بوسائل إعلامية سرية. وفي الأنظمة الديمقراطية الحرة كان الاعتقاد سائداً أن المصلحة العامة تقضي بتنظيم الوسائل الإعلامية حتى في الولايات المتحدة.

II - مهام وسائل الإعلام

يتوجب كي نحكم ما إذا كانت الوسائل الإعلامية تقدم خدمة جيدة للجمهور، أن نعرف ماهية الخدمات التي تكون وسائل الإعلام مستعدة لتقديمها. فهي تتوزع في ست عناوين كبيرة، وكل مهمة تتقابل مع حالات خلل تعتبر هدف الانضباط المهني.

1 ـ **دراسة البيئة المحيطة**: ـ تعتبر الوسائل الإعلامية في المجتمع الراهن، الوحيدة القادرة على تقديم تقرير سريع وكامل عن الأحداث

(1) تترجم هذه الكلمة التي قلّ تداولها المصطلح الإنكليزي Accountability.

التي تجري في الجوار، ودورها يكمن في الحصول على الخبر وعلى تدقيقه وترجمته وإلى تداوله فيما بعد. كما يتعين عليها بشكل خاص مراقبة السلطات الثلاث (التنفيذية والتشريعية والقضائية).

2 ـ **تحقيق الاتصال الاجتماعي**: ـ لا بد في العالم الديمقراطي أن تهيئ التسويات عن طريق الحوار بغية حل المشاكل الكبرى، أي أن يهيأ اتفاق أدنى لا يمكن بدونه أن تهدأ الخواطر. والميدان الذي يدور فيه الجدال في عصرنا هذا توفره وسائل الإعلام.

فهي تربط الأفراد بالمجموعة، وتوحد المجموعات في أمة، وتسهم في التعاون الدولي. من جهة أخرى تحقق وسائل الإعلام الصغيرة الاتصال الجانبي بين الأفراد الذين يشتركون بأصل عرقي أو بمهنة أو بعاطفة، والذين يكونون مشتتين في معظم الأحيان في المجتمع الكبير.

3 ـ **توفير صورة عن العالم**: ـ ليس لأحد معرفة مباشرة بمجمل الكرة الأرضية. فما يعرفه المرء علاوة على خبرته الشخصية، يأتيه من المدرسة ومن المحادثات بل من وسائل الإعلام بشكل خاص. فمعظم مناطق العالم بالنسبة للإنسان العادي ومعظم الأشخاص والمواضيع التي لا تتحدث عنها الوسائل الإعلامية، لا وجود لها.

4 ـ **نقل الثقافة**: ـ لا بد لتراث المجموعة أن ينقل من جيل لآخر: فهو استشفاف لماضي العالم ولحاضره ومستقبله؛ ومزيج من التقاليد والقيم التي تسبغ على الفرد هوية عرقية. فكل امرئ بحاجة لأن يستوعب ما يفعل وما لا يفعل، وما يدعو للتفكير وما لا يدعو. في هذا الاندماج الاجتماعي لم تعد المؤسسات الدينية أو الأسرة تلعب دوراً في الغرب كالذي كانت تلعبه قديماً. تبقى المدرسة

ثم وسائل الإعلام التي تكون من جانبها على تماس بالفرد طوال حياته.

5 ـ الإسهام بالسعادة: بالترفيه: ـ يعتبر الترفيه في مجتمع عامة الناس أكثر ضرورة اليوم منها في الماضي، للتخفيف من حالات التوتر التي تعرّض المرء إلى إصابته بالمرض أو بالجنون. فهو متوفر بوجه خاص في الوسائل الإعلامية التي يطلب إليها مستخدمها أن تهيئ له تسلية، وهذه المهمة تمتزج بشكل فاعل جداً مع جميع المهام الأخرى.

6 ـ الحث على الشراء: ـ تعتبر الوسائل الإعلامية المحركات الأساسية للدعاية. هدفها الأول في معظم الأحيان، هو جذب جمهور معين لبيعه للمعلنين. فتجهد بتأليف نص مناسب للدعاية. يرى بعض المراقبين أن الدعاية تلعب دوراً مربحاً: فهي تعلم وتتيح بتحريضها للاستهلاك والتنافس، على تخفيض الأسعار (بنظر وسائل الإعلام بشكل خاص). ويتهمها آخرون، على العكس من ذلك، بالتلاعب والحضّ على الإسراف وعلى التلوث.

III - أنماط الوسائل الإعلامية

تعتبر وسيلة الإعلام مشروعاً صناعياً ينشر بوسائل تقنية نوعية بالتزامن أو ما يقرب من ذلك رسالة واحدة إلى مجموعة متشتّتة من الأفراد. يبتعد هذا التعريف عن جهاز الهاتف وعن استطلاعات الرأي وعن التصويت العالمي. ويمكن أن يستبعد البريد ولصق الإعلانات بسبب أن رسائلهما تجارية بحتة تقريباً، وأجهزة (تضخيم الصوت) هي قبل كل شيء الوسيلة التي تستخدمها الإذاعة. أما بالنسبة للسينما، فقد أصبحت وسيلة إعلامية أكثر من أن تكون شاشة صغيرة إلى جانب التلفاز والأقنية الفضائية واللاسلكية. وفي العرف السائد تتمثل وسائل الإعلام في الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.

يبقى أن نقول إن الوسائل الإعلامية، بعد هذا الطرح، من الاختلاف بحيث يتوجب تصور ضوابط مهنية بأبعاد متفاوتة. والفصل بديهي بين الصحافة المكتوبة والوسائل الإعلامية السمعية المرئية؛ وبين الوسائل الإعلامية «العامة» (أي الخاضعة لرقابة الدولة) والوسائل الإعلامية التجارية (الخاضعة للرقابة المالية)؛ وبين الوسائل الخاصة ذات الهدف غير الربحي.

إلا أن الفصل الأساسي يكمن بين صحافة الإعلام العام، المحايدة نسبياً اليوم، والتي تستند إليها معظم القوانين، ومن جهة أخرى بين صحافة الرأي (الدينية والعرقية والحزبية) التي يمكن لها لأسباب أيديولوجية، أن تشوه الواقع[1] وأن تكتم الأفكار المناهضة كما يمكن أن تبدو ظالمة ومهينة ومدفوعة حتى دون أن يطلب إليها أحد لأن تكذب مثلاً، وأن تثير الكراهية العنصرية أو العنف. فمن أجل صحافة الرأي هذه وجدت قبل كل شيء ضمانات حرية الصحافة لأنها تنفّر من جزء من السكان وفي الكثير من الأوقات من السلطات الحاكمة.

هناك الصحافة الاختصاصية من جهة أخرى: حيث تأتي مادتها وفي جزء كبير منها، من الناشرين الذين يصعب التحقق من صحة معلوماتهم، وترد عائداتها من المعلنين الاختصاصيين. وأخيراً هناك صحافة الإعلانات المؤلفة من الدعاية فحسب، وصحافة المشاريع والتجمعات المحلية التي تعنى «بالعلاقات العامة».

---

(1) راجع قانون Kansas لعام 1910 الذي كان يعتبر أن المنشور الحزبي لا يشكل صحيفة.

IV - إعلام وترفيه

تحتل الوسائل الإعلامية الترفيهية مكاناً منفرداً. فترى بعض الهيئات المختصة بالتسلية الصرفة (كدوريات الكلمات المتقاطعة على سبيل المثال) أن لا ضرورة للضوابط المهنية. إلا أن انتقادات الجمهور حيال العديد من هذه الوسائل الإعلامية لا تحصى. ومع ذلك يقل الحديث عن ضوابط مهنية خارج العمل في الصحف. وبما أن الترفيه الإعلامي يتكشّف عن صناعة هائلة وبأنه لا يبدو لاعباً لدور سياسي، فقد رجّح عدم إيلاء اهتمام ما بأخلاقياته؛ بل اكتفي عموماً ببعض القوانين والأنظمة (التي تحدّ من التصوير الفاحش على سبيل المثال) وبكتب التكليف، إلا أن الجمهور قد ثار (بدعم من الساسة) في منتصف التسعينات ضد العنف الهستيري للشاشتين الكبيرة والصغيرة وضد الانحطاط الأخلاقي والإسعاف في الإذاعة.

لم يكن الحد الفاصل بين العمل الصحفي والترفيهي واضحاً في يوم من الأيام، ولا يزال يتراجع حتى الآن: فقد أولت الصحافة الشعبية الأفضلية للترفيه وتقوم وسائل الإعلام التجارية الآن بدمجه في جميع موادها، فالمجازفة لا بد منها تقريباً: إذ يمكن أن يكون خبر ما مثيراً للاهتمام ودون أهمية تذكر؛ من جهة أخرى، يتعلم المرء الكثير وهو يتسلى؛ وكلا النمطين للوسائل الإعلامية يوفران الإعلام والتأهيل، ولا بد للاثنين أن يقدما خدمة جيدة. بل يجدر التمييز بين مجالاتهما. فالأهداف المطلوبة تختلف: إعلام دقيق ومفيد من جهة، وتسلية لا تضر الفرد ولا المجتمع من جهة أخرى. ولا يمكن أن تكون القواعد السلوكية متماثلة(*).

(*) لم تكن السينما في الولايات المتحدة حتى عام 1952 محمية بالتعديل الأول من الدستور وهو تأسيس حرية الرأي، بحجة أنها تمثل مجرد تسلية تجارية.

٧ - المساهمون

أرباب العمل والعاملون: ـ يجب عدم الخلط، كما يجري في معظم الأوقات وخاصة في الولايات المتحدة بين الوسائل الإعلامية والأشخاص الذين يعملون لصالحها. فمسؤولياتهما مختلفة. فالصحفيون قادرون بمفردهم على ارتكاب أخطاء مهنية عديدة. ولم يعد يبقى أقل من أن تكون سياسة تحرير وسيلة إعلامية ما وموقفها حيال الضوابط المهنية من قرار مالكي[1] تلك الوسيلة وممثليهم.

يتوقع من أرباب العمل أن يتمتعوا بمواهب رجال الأعمال[2]، القياديين، وليس بضمير أخلاقي؛ وأن يحترموا القوانين والأنظمة وإلا يتعين عليهم الإجابة أمام المحاكم. أما اليوم فلم يعد عدد كبير من أصحاب العمل في كل الأحوال، إلا عاملين، أي مسؤولين أمام المجموعة التنفيذية الذين لا يهتمون من جانبهم إلا بالموازنة. ولكن بما أن أصحاب العمل يملكون زمام السلطة؛ فمن الحكمة لأي فرد مهتم بالانضباط المهني ألا يستفزّ عداءهم وأن يحصل على دعمهم إن استطاع إلى ذلك سبيلاً.

أما بالنسبة للصحفيين فلم يكونوا قديماً، عدا بعض الأقلام الكبيرة، إلا عاملين كتبة طائعين. أما في أيامنا هذه فتحيل مهنتهم

(1) حتى وإن حدث أن تجشم شخص واحد في وسائل الإعلام الصغيرة مهام رب عمل وصحفي في آن واحد.

(2) قيل ذلك لأن هناك أصحاب وسائل إعلامية يقدمون مساعدة مالية لهيئة إعلامية، حباً بالظهور أو لنشر نفوذهم كما فعل اللورد تومبسن لصحيفة التايمز اللندنية في الستينات من القرن الماضي.

إلى الاقتراب من مهنة حرة. فهم يتمتعون بتعليم جامعي اختصاصي وجمعيات حرفية وقوانين انضباطية، همهم الأول «كمهنيين» هو خدمة زبائنهم خدمة جيدة.

تشكل فئة من الصحفيين طبقة متفرّدة بالغة الأهمية: هي فئة الكوادر العليا للتحرير، المعينين من قبل الإدارة والحاصلين على حق تحديد مسار النشر وكذلك على سلطة التوظيف والرفد. يعتبر دور هؤلاء المهنيين تقاطعياً في المادة الانضباطية، إذ يمكن لهم أن يستخدموا عقوبات لفرض القواعد؛ ويمكن أن نبدي أسفنا لأنهم يطبقونها سراً: فالغسيل المتسخ ينظف داخل الأسرة.

السعاة والمحلّقون: ـ لا يميّز مستخدم الوسائل الإعلامية دائماً بينهما. فالصحفيون العاديون كثيرو العدد وأجورهم ضئيلة، ويخضعون لضغوطات متعددة الأشكال، تحتقرهم مصادرهم أحياناً، وهم متّهمون بأنهم مصدر جميع مساوئ الوسائل الإعلامية. فهم يعملون عملاً شاقاً في الظل ليقدموا أفضل ما يستطيعون من الإعلام، فيسرّبون أحياناً عن غير قصد وهم منهكون ومهملون، أخطاء صغيرة تزداد حجماً شيئاً فشيئاً.

أما بالنسبة لنجوم الصحافة المرئية بالطبع فعددهم قليل وأجورهم مرتفعة جداً[1] وشهرتهم واسعة، ويشكلون قدوة نموذجية في نظر المهنيين الآخرين لاسيما الشبان منهم، كما في نظر الجمهور؛ إلا أنهم معرّضون أكثر لانتهاك الضوابط المهنية: فالإغراءات غزيرة

(1) بسبب المهمات الموكلة إليهم وأكثرها في الولايات المتحدة (حيث بلغ أفضل أجر لحضور مؤتمر 60,000 دولار أميركي)، أو في فرنسا حيث الحال أكثر فداحة إذ تكون الهبات هدايا وعقود دعائية.

والنجومية تصيب المرء بالغرور، فتُلحق أخطاؤهم الفاحشة أحياناً والمذهلة[1] عاراً كبيراً بالمهنة كلها.

المعلنون: ـ إنهم الزبائن الأساسيون لمعظم الوسائل الإعلامية الذين يحققون رخاءها. وهم يهتمون بنوعية المضامين بالدرجة التي تشيع بها هذه النوعية جواً من الثقة يلائم الإعلان وتتيح لبعضهم الاقتراب من الجمهور الذي يعنيهم. ويقومون بالمقابل، بالضغط على الوسائل الإعلامية بشتى الطرق (بالعلاقات العامة أو بالهدايا) كي يزيل هؤلاء الفارق بين كلمتي إعلان وإعلام. ويهتمون أحياناً بأنهم ألد أعداء «المسؤولية الاجتماعية».

مستخدمو الوسائل الإعلامية: ـ يعتبر الاتصال الاجتماعي أمراً أكثر جدية من أن يترك لمتهني الإعلام فقط. فحرية الكلمة والصحافة على كل، ليست امتيازاً فئوياً: بل تنتمي للجمهور. فقد أشارت الاستطلاعات بوضوح إلى ذلك. إذ يشعر الجمهور بأن وسائل الإعلام تخدعه وتستغلّه. يبرّر أحياناً هذا الميل للإضرار بالناس ولكن الأمر ليس دائماً مبرراً. كثيرون هم الجاهلون للمتطلبات المادية للصحافة الذين يكيلون لها أنواع اللوم الظالم. زد على أن عبارة «الأخبار» غالباً ما تعني في العديد من الحالات المزعجة، معلومات مشوهة، ولا تغيب عن الجمهور الرغبة القديمة في قتل حامل الرسائل المشؤومة.

يشكل مستخدمو الوسائل الإعلامية أحياناً، سواء كانوا غير مكترثين أو غير منظّمين، جهلاء أو متشددين، عقبة أمام حرية

---

(1) وإدعاءاتهم التي شكلت مادة لكتاب من تأليف سرج هاليمي Serge Halimi بعنوان «كلاب الحراسة الجدد» الذي صدر في باريس عن دار ليبور Libor عام 1997.

الصحافة، وغالباً ما يبدون عدم استعدادهم للنضال في الدفاع عنها. هل رأى أحد في فرنسا حجزاً للأموال عندما فرض وزير الإعلام الرقابة المباشرة على التلفزيون؟ أو اعتراضات رفعت ضد بيع قناة تلفزيونية إلى متعهد كبير للأشغال العامة؟ هل رأى أحد مسيرات احتجاجية في استراليا على حصر 60% من الصحف اليومية في أيدي تكتل متعدد القوميات؟ هل رأى أحد في أي مكان مظاهرات استنكرت صورة المرأة التي تناقلتها الدعاية؟

يعتبر موقف الجمهور خطيراً سياسياً سواء كان لا مبالياً أم عدائياً وسواء كانت أسبابه إيجابية أم سلبية. فمن أجل بقاء الديمقراطية كان لزاماً إيجاد دواء، ويبدو أن هناك واحداً هو: جعل الصحافة «مسؤولة اجتماعياً».

VI - السوق والحقوق والانضباط المهني

السوق: ـ برهنت التجربة السوفيتية على ذلك: فحرية الامتلاك ضرورية لحرية الإعلام والتنافس. وقد رأينا ذلك في فرنسا عندما كان التلفزيون مرتبطاً تماماً بالدولة. فغياب التنافس الحقيقي يسبب تراجعاً في الوسائل الإعلامية. يلاحظ ذلك في الولايات المتحدة حيث ترك التلفزيون بأكمله تقريباً للسوق. فمن غير المقبول أن تستولي حفنة من الشركات على خدمة عامة وهامة لاستغلالها في هدف ربحي فقط؛ ولا تقبل الذرائع التي تستند إليها في أن تكون الصحافة المؤسساتية تامة الحرية، وذلك للتهرب من أي إجراء تنظيمي.

لا يمكن «للسوق» أن يكفي لضمان اتصال اجتماعي جيد. فهو يتيح لمجموعة ساحقة من الناس، في أفضل الحالات، أن تعبر عن نفسها، وفي أسوئها تضع الوسائل الإعلامية نفسها في خدمة

الأقلية الثرية صاحبة الامتيازات من جهة، ومن جهة أخرى توزع على شريحة لا مبالية ما يبدو أنه لا يروق لها. فقد تمت البرهنة تماماً في عصر الرأسمالية الهمجية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر أن عالم الأشغال لا يهتم البتة في غياب تنظيم حكومي بالخدمة العامة، وبمعنى آخر بانضباط مهني.

الحقوق: ـ القوانين إذن ضرورية كي توفر وسائل الإعلام خدمة مناسبة لجميع الجماهير. لا بد أن نتوقع من كلمة «قانون» نصوصاً صوّت عليها البرلمان، وقواعد فرضتها وكالات حكومية واجتهادات المحاكم والالتزامات التعاقدية (كدفاتر العروض لشركات التلفزيون). يعتبر فرض احترام هذه الالتزامات من اختصاص الشرطة والمحاكم واللجان التنظيمية (كوكالة الـ CSA في فرنسا[1]).

يتدخل القانون عادة لمنع بعض الممارسات. فإذا اتفق الجميع على الفائدة العامة لإجراء معين فمن الطبيعي أن يجعلوا منه قانوناً يتصدى لتشويه السمعة مثلاً أو للدعوة للقتل. وقد حظرت الدعاية للسجائر في التلفاز في بلدان عديدة؛ لكن القانون لا يقف عند الحظر، فقد أعطت معظم الأمم الأوربية حقاً مشروعاً لمواطنيها للرد على ذلك. يلجأ عدد كبير منهم إلى دعم الدولة لهم لإعاقة الرغبة في حصرها في بعض المحاور الإعلامية؛ بل يبدو أن الأوربيين يشعرون بخشية من أوساط العمل أكثر من خشيتهم من الأوساط القيادية.

لا يعتبر القانون خانقاً بطبيعته؛ إذ يمكن أن يساعد وسائل الإعلام على القيام بعملها. فقانون الصحافة السويدي يمنح

(1) مثل هذه التنظيمات تكون مستقلة عن الدولة ولكنها تبقى حكومية ولا صلة لها إذن بالرقابة الذاتية.

الصحفيين سلسلة استثنائية من الضمانات: فلا رقابة، حتى أثناء الحرب، ولا مساءلة للصحفيين حول مصادرهم، وإطلاع على جميع السجلات الرسمية تقريباً، وحماية خاصة جداً في حال رفعت بشأنهم قضية. فالسلطة القضائية عندما تكون مستقلة يمكن أن تساهم في حث الوسائل الإعلامية على القيام بعملها على أكمل وجه؛ ويمكن أن تفسّر قوانين صارمة لمصلحتهم. فقد أكدت المحكمة الأوربية لحقوق الإنسان للصحفيين البريطانيين على حقهم في حماية مصادرهم، مما استنكرته المحاكم الوطنية.

أما موقف الوسائل الإعلامية في الولايات المتحدة فيبدو عقيماً: فهي ترفض أي قانون حول الصحافة (وأية وسيلة تفرض احترام النظام الانضباطي) وهي تهمس من وقت لآخر بكلمة من القواعد التجارية الكبرى الداعية للحرية ومن القوانين المؤيدة للنظام القائم وللمصلحة العامة.

فالحق والانضباط المهني هما مجالات غير متميزين عن بعضهما بوضوح. ومن المؤكد أنه تصادق أحياناً في الأنظمة محظورات مدرجة بشكل طبيعي في القانون (كعدم المساس بأمن الدولة)، أو غالباً ما تكون موجودة (كالفصل الصريح بين الأسلوبين الإنشائي والدعائي)[1]. بل إن الأنظمة تذكر واجبات الصحفي التي يمكن أن يفرضها عليه القانون سواء في جميع البلدان أم في بعضها فقط.

يعتبر حق الرد في فرنسا مشروعاً أما في بريطانيا أو في هولندا فلا. والقانون الألماني يوصي بعدم إعطاء أسماء وصور منحرفين قصّر بينما يمنع ذلك في قانون بلدان أخرى. وفي الولايات المتحدة تطلب

---

(1) أوصى قانون الترويج بذلك أما في فرنسا فقد فرضه القانون فرضاً.

محطة الـ CBS أن ترفق نتائج الاستطلاع بمعطيات، في حين يلزم فيه القانون الفرنسي بذكرها.

هناك بعض الأفعال يدحضها القانون والضوابط المهنية بشكل بديهي. لذلك هناك قوانين تطالب للصحفي بحقوق تعترف له بها تشريعات مستنيرة: كسرّ المهنة في ألمانيا، والإطلاع على الأرشيف في الولايات المتحدة، وحق رفض القيام بأعمال تنافي معتقداته في فرنسا. فالقوانين والأنظمة تحدد إطاراً يمكن لكل ممارس أن يختار ضمنه ما يناسبه من السلوكيات المنوعة. أما الضوابط المهنية فترسم إطاراً آخراً أكثر ضيقاً ولكنها تترك أيضاً خياراً يقوم به الفرد حسب قيمه الشخصية.

يمكن للوسائل الإعلامية أن تسبب أذىً خطيراً دون أن تخرق القانون، ويمكن لأفعال يسمح بها القانون أن تكون مخالفة للضوابط المهنية كقبول صحفي مثلاً لدعوة من يد صناعي لقضاء عطلة ترفيهية راقية. ويحدث على العكس من ذلك ألا تتساهل الضوابط المهنية حيال أفعال غير مشروعة كتزوير هوية شخصية أو سرقة وثيقة لإثبات فضيحة تسيء بشكل خطير للمصلحة العامة.

نخلص إلى أن هذين الميدانين ورغم وجود بعض التنافس بينهما، متميزان عن بعضهما، ومن الأجدى أن يبقيا كذلك. فاللجوء إلى القوانين في مادة الصحافة يتضمن دائماً العديد من الأخطار، والأسباب غير خافية: ففاعلية أي قانون تستمد من البيئة الاجتماعية والسياسية[1]، ويمكن أن يستخدم بشكل مغاير من

(1) تعتبر العقوبات التي فرضها القانون الفرنسي عام 1881 نادرة التطبيق وضعيفة. فالقانون يحتاج للتحديث وبث الحياة فيه ولكن الساسة يخشون استفزاز عداء وسائل الإعلام.

قبل السلطة الحاكمة. كما يمكن لأسلوب اللين أن يشوبه أسلوب يمارس التدقيق وكم الأفواه. هناك بعض الميادين (كالحياة الخاصة) سيئة التحديد لدرجة أن أي قانون مبهم دون شك أو دقيق جداً يمكن أن يضرّ أكثر مما ينفع. كما أن بعض المواقف الاجتماعية (حيال الجنس على سبيل المثال) تتطور بسرعة لدرجة أن القانون يكاد أن يجمّد قاعدة تصبح قريباً بالية. وأخيراً يقع شرّ كثير تحت خط الضرر، حيث يمكن للمحكمة أن تجرّم فعلاً ارتكبته الوسائل الإعلامية ولكنها لا تستطيع فعل شيء يذكر حيال حذفٍ معين، فالآلة القضائية في كل الأحوال بطيئة ومكلفة وشاقة[1].

كيف تكون المهنة حرة؟ ـ هل يمكن أن يأتي الحل من مجلس حكماء تؤسسه الدولة ويبقى مستقلاً عنها؟ قال ألبير كامو[2] Albert Camus «لقد أسفت منذ زمن لعدم وجود نظام للصحفيين يحرص على الدفاع عن حرية المهنة وعن الواجبات التي تتضمنها هذه الحرية بالضرورة». فمن الأجدر في الواقع أن تمارس الصحافة تنظيماً ذاتياً في حدود المعقول. ينسجم هذا التطلع المثالي مع الأماني التي تراود المعنيين في رؤية العمل الصحفي وقد صنّف كالطب والحقوق في مصاف المهن الحرة.

ولكن مهنة الصحافة ليست واحدة منها، وذلك لأسباب مختلفة: أنها لا تقوم أولاً على علم (يتضمن نظرية شاملة ومجموعة من المعارف): وفي مجمل البلدان تقريباً، لا يلزم الصحفي بالحصول

---

(1) هناك حالات لا يستطيع فيها القانون أو السوق أو الضوابط المهنية أن تفعل شيئاً حيث لم يتسنّ إلغاء «محطة الألف تلة» المنحطة التي كانت تحرض في رواندا على القتل الجماعي للتوتسيس Tutsis إلا بالسلاح.

(2) راجع صحيفة لوموند في عدد 17 كانون الأول/ديسمبر من عام 1957.

على ألقاب جامعية تبرر اكتسابه لمعرفة ما. كما أنه ليس بحاجة لإذن معين لممارسته، وقلما يستفيد من وضع العامل المستقل[1]. وبما أنه لا توجد من جهة أخرى علاقة مباشرة بين ممارس المهنة والزبون، لم تعن الدولة بحماية المواطن بفرضها قواعد على الصحافة، أو بإنشاء محاكم خاصة: فلا وجود لتسلسل تراتبي للصحفيين، عدا في بعض البلدان اللاتينية كإيطاليا حيث يعاني هذا النظام من أنه تأسس في عهد موسوليني. ومهما يكون من أمر، تعتبر مراتب الأطباء أو المحامين قليلة التأثير.

يرى معظم المهنيين والمراقبين، على خلفية المهمة السياسية للرقابة والتفتيش التي يتعين على قسم من الوسائل الإعلامية أن يمارسها، أنه يتوجب الحفاظ على ضوابط المهنة بعيداً عن الدولة.

VII - أخلاق وضوابط مهنية ورقابة للنوعية

الأخلاق: ـ يعتبر الفصل بين هذه الدلائل الثلاث ضرورياً (ويمكن للتسمية التي نطلقها عليها أن تتفاوت) ولكنه قلّما يطبّق. يمكن أن نفرد مصطلح «الأخلاق» للأدبيات الخاصة بكل فرد وبحسّه للواجب المرتكزين على نظرته الشخصية للعالم أي على تجربته الحياتية. يعتقد بعضهم أمثال ج.ك. ميريل[2] J.C.Merrill أنها الطريقة الوحيدة للتضييق المقبول على حرية الصحفي.

الضوابط المهنية: ـ تطبق ضمن مهنة ما. غالباً ما تكون عرفاً

---

(1) سنشير رغم ذلك إلى أن عدداً كبيراً من الأطباء في المشافي هم موظفون يتقاضون رواتب.

(2) راجع John C. Merrill في مؤلفه «شرط الحرية» الذي يتضمن فلسفة عن استقلالية العمل الصحفي. صدر في نيويورك عن دار هاستنغ هاوس عام 1974.

غير مكتوب يحدد بالتوافق ما «يجوز فعله» و«ما لا يجوز». بل رأت تنظيمات مهنية في جميع أنحاء العالم أنه يستحسن تحرير ميثاق يضم واجبات الصحفيين في الوقت الذي رفض فيه العديد من المهنيين هذا التوجه.

رقابة النوعية: ـ يرى بعضهم أن لعبارتي «أخلاق» و«ضوابط مهنية» تفاسير جدلية. إذ يذكّر هذان المصطلحان بالوعظ أو بالدرس الفلسفي أو بشهادة BA لفتى إنكليزي كشاف أو «للمنهج الأخلاقي» للأنظمة الديكتاتورية. ويظهران بشكل خاص مجرّدين من أوجه التطابق في عالم أصبحت فيه الوسائل الإعلامية أكثر جشعاً تحت عبء تنافس يزداد حدة.

تمتاز «رقابة النوعية» وهي مصطلح قلّ استعماله حتى يومنا هذا في الإطار الإعلامي، بأنها فضفاضة. فهي تشمل الأخلاق والضوابط المهنية ومبادرات إدارة الوسائل الإعلامية أيضاً، الرامية إلى إرضاء الجمهور بشكل أفضل. وتمتاز بشكل خاص بأنها حيادية، أي أنها تستطيع أن ترضي جميع الفرقاء. يراها مستخدموها على أنها خدمة ذات قيمة، وبالنسبة للصحفيين فتعني نتاجاً أفضل أي مصداقية متنامية وبالتالي امتيازاً أرقى. أما بالنسبة لمالكي تلك الوسائل فتوحي بنجاحات اليابانيين التجارية وبالتالي بفوائد متصاعدة. وهي ترمز أخيراً للعمل وليس لترهات خطابية.

الفصل الثاني
مبادئ وقيم

I - طبيعة ومؤثرات الوسائل الإعلامية

تشكل الوسائل الإعلامية جزءاً لا يتجزأ من النظام الاجتماعي المعقّد للبلدان المتحضرة ومن تنظيماته الفرعية المتعددة، إذ يعمل مجموعها كجسم واسع ينبض بالحياة. كل عنصر فيه يرتبط بالعناصر الأخرى. ويكفي أن يتقاعس عنصر متفرّع منها لكي يضطرب عمل الآلة. وهذا يعني أن استقلال الوسائل الإعلامية حتى في النظام الليبرالي محدود. فهي تجسّد لأبعد الحدود وتفعل ما يمليه ماضي البلاد وثقافته واقتصاده؛ وما يريده أصحاب القرار الاقتصادي والسياسي للمجتمع المحيط، وما يرغب به المستهلكون والمواطنون، أي جميع السكان.

زد على ذلك، أنه يتعين الاحتفاظ ذهنياً بالطبيعة الثلاثية للوسائل الإعلامية وخاصة عندما يشتد الاهتمام بالضوابط المهنية. فهي بحكمها صناعة وخدمة عامة ومؤسسة سياسية في آن واحد، يكتنفها غموض كبير: من هنا تنسل معظم المشاكل.

خدمة عامة: ـ في حال لا تتمتع فيه الصحافة بوضع قضائي أو بضمانات دستورية يقرّ لها العرف امتيازات يضعها بموجبها في مصاف الخدمات العامة. هذه الحقوق الشرعية أو الاعتيادية تستخدمها وسائل الإعلام باسم المواطنين. فليس للتفويض من أساس تعاقدي صريح، وللحصول عليه يتعين على الصحافة أن تستحقه، بتوفير خدمة عالية الجودة. وبعبارات أخرى تنسل واجبات الصحفيين من حق الإنسان بالحصول على إعلام دقيق غير منقوص ومفهوم ومفيد الخ...

ففي فترة ما بين الحربين العالميتين بدأ المعنيون في الولايات المتحدة يفكرون جدياً بالضوابط المهنية الإعلامية[1] في الوقت الذي كان الاهتمام منصباً فيه على الاختصاص المهني وعلى التعليم العالي للعمل الصحفي. ففي عام 1947 صدر تقرير هوتشينز Hutchins. وفي الستينات ازداد الحديث عن «المسؤولية الاجتماعية»[2] للوسائل الإعلامية. هذا هو المصطلح المفضل ما وراء الأطلسي: إذ يقضي أن الصحفيين مدينون للجمهور بإيضاحات. وفي أوربا تتردد بالأحرى مقولة «خدمة عامة»، ولكن المصطلح ملحق للأسف بالدولة لأنها وفرت بنفسها الخدمات العامة منذ وقت طويل أو نظمتها بحزم. وفي الواقع تصف العبارتان واقعاً متشابهاً لدرجة أن بعضهم يطلق عليها تسمية «الضوابط المهنية» ويطلق آخرون عبارة «رقابة النوعية».

---

(1) راجع مؤلف «أدبيات العمل الصحفي» Nelson A. Crawford الذي صدر عام 1924 ومؤلف «ضمير الصحيفة» لكاتبه Leon N. Flint الذي صدر عام 1925.

(2) راجع أيضاً كتاب «المسؤولية الاجتماعية للصحافة» لمؤلفه J. Edward Gerald الذي صدر في مينابوليس عن مطابع جامعة مينيسوتا عام 1963.

مؤسسة سياسية: ـ يبدو أن السلطة الرابعة كونها على العكس من الثلاث الأخرى بيد أفراد غير منتخبين ولا معيّنين لكفاءتهم تخلف بدون شك مبدأ الديمقراطية. يرى Stanly Baldwin وهو رئيس وزراء محافظ في معرض حديثه عن الصحافة الشعبية البريطانية (المحافظة) في العشرينات من القرن الماضي أن: «ما يبحث عنه أرباب هذه الصحف هو السلطة، ولكنها سلطة بعيدة عن أية مسؤولية، وهو ما تميزت به العاهرة عبر العصور». فوسائل الإعلام تستطيع أن تحلّ هذه المسألة بتبنّيها لأساليب تفي بها باستحقاقاتها.

يفترض بهذه الطريقة أن تتوفر لها فرصة أفضل للاحتفاظ بحريتها. وهذه الحرية مهددة دائماً لأنها هي نفسها تمثل تهديداً للسلطات. فجميع من يتولى السلطة في جميع البلدان سواء من اليمين أو اليسار، يجهدون في التضييق عليها. فقد نال بطلا الليبرالية الكبيران مارغريت تاتشر ورونالد ريغن (الملقب بـ «الوسيط الكبير») من حرية الصحافة أكثر مما فعل أحد من أسلافهما. «ستكون الحرية بمأمن عندما يجهد العاملون في الصحافة وفي جميع الوسائل الإعلامية الأخرى وبشكل مستمر وطوعي على المحافظة على التمسك بمعنى رفيع لمسؤولياتهم[1]»: فالضوابط المهنية في الواقع تشكل الحماية المثلى.

صناعة: ـ عندما ولد الاتصال بين الشرائح السكانية لأول مرة في التاريخ، جعل من مشاركة كل مواطن في مستويات إدارة البلاد أمراً ممكناً. بل كان يشدد على أن يكون لهيئات الصحافة بنية

---

(1) مقتطف من مسودة القانون الدولي للضوابط المهنية التي أعدتها منظمة الأمم المتحدة.

صناعية وبالتالي تنظيماً رأسمالياً في البلدان الغربية لبداية القرن العشرين. أما اليوم فنجد وسائل الإعلام، وفي قسم كبير منها، في أيدي شركات ضخمة هدفها الأول مغاير لخدمة الجمهور.

يرى Milton Friedman وهو اقتصادي أمريكي أن: «المسؤولية الاجتماعية الوحيدة لأي مشروع هي زيادة أرباحه». ولمزيد من الدقة صرح صاحب صحيفة Wall Street Journal قائلاً: «الصحيفة هي ملكية خاصة غير مدينة بشيء لمستخدميها الذين لا سلطة لهم عليها البتة، لذلك فهي غير معنيّة بأي شكل من الأشكال بالخدمة العامة».

بل استمرت مصاريف صناعة الوسائل الإعلامية بالارتفاع طرداً مع حصول النقابات على رواتب أكثر عدالة ومع التقدم التقني الذي فرض استثمارات أكثر كلفة. فمن الطبيعي أن تميل هيئات الصحافة إلى الحد من التنافس وأن تلتحم ضمن مجموعات وذلك للتخفيف من أعبائها.

يمكن للوسائل الإعلامية بالتأكيد أن تخدم الجمهور بشكل أفضل بما لديها من إمكانيات مالية ضخمة. بل يمكن للمصلحة العامة أن تنهار. إذ يمكن لمجموعة شركات متعددة الجنسيات ألا ترى في الوسائل الإعلامية التي تملكها إلا سلاحاً استراتيجياً يرمي إلى تحسين الجو لشركاتها المتعددة غير الإعلامية. فهناك قوة سياسية هائلة موجودة تحت تصرف بعض الشخصيات همّها الأكبر بعيد عن إعلام الجمهور. يمتلك هؤلاء الذين لا يتحملون مسؤوليات إلا تجاه المنفذين، سلطة إقرار ما حدث في العالم، بتقرير وجوب نشره أم لا. فمن المعيب دائماً أن يقع قطاع اقتصادي ما في بلد ما تحت رقابة قطب فئوي، فماذا نقول لو تعلق الأمر بوسائل الإعلام التي تشكل الجملة العصبية للمجتمع؟

مؤثرات الوسائل الإعلامية[1]: ـ تعتبر مهام الوسائل الإعلامية في عالمنا هامة بشكل لا يدعو للنقاش. وبما أننا نسند إليها في معظم الأوقات سلطات هائلة، فهي متهمة من الشرق والغرب ومن الشمال والجنوب من قبل الأقوياء والبسطاء والشيوخ والشبان بأنها السبب في جميع مآسي المجتمع المعاصر.

هناك مبدأ يمكن أن يطرح: هو أن للوسائل الإعلامية مؤثرات. يعتبر الأثر الذي يمكن أن تتركه على الأطفال أحد المواضيع التي تناولتها العلوم الاجتماعية بالدراسة. والشك لم يعد وارداً: فهي تترك حسب مضامينها آثاراً حسنةً وسيئة. ومن المتفق عليه عموماً، أنها تستطيع أن تمارس تأثيراً قوياً بعيد المدى إذا كانت الرسالة متماسكة، خاصة إذا سارت في اتجاه يريد مستخدموها السير فيه.

إلا أن البداية لا تزال اليوم وفي معظم الأحيان تنطلق (وخاصة في فرنسا) من مبدأ أن الوسائل الإعلامية ذات نفوذ: وهو عرف نخبوي يعززه النقد الماركسي وكذلك بالطبع أرباب تلك الوسائل والصحفيين يجدون فيه العديد من الأوجه المرضية[2]. فالاعتقاد السائد هو أنه في حال نشرت رسالة ما فسيكون لها وقع رصاصة على هدف، مما يفسر الأهمية (المتأخرة) التي أولتها تحليلات المضامين وعلم الرموز.

---

(1) راجع كتاب «وسائل الإعلام، مقدمة عن الصحافة والإذاعة والتلفزيون» الذي صدر في باريس عن دار إيليبس في طبعته الثانية عام 1999 في الفصل 14. وكتاب «سلطة وسائل الإعلام» لمؤلفه ج. ديرفيل G. Derville الذي صدر عن المطابع الجامعية لمدينة غرونوبل عام 1997.

(2) كتب شودسن Schudson في مؤلفه «قدرة الأخبار» الذي صدر في كامبردج عن دار هارفرد عام 1995 قائلاً: «نرى سوبرمان حيث لا يوجد إلا Clark Kent».

هناك أمر نغفله هو: لوجود رسالة ما يتعين حضور شخصين على الأقل هما المرسل والمتلقي. فكثيراً ما دلت البراهين على أن مستخدم وسائل الإعلام ليس بمتلقٍ خامل[1]: فهو يفسر الرسالة حسب تجربته ووسطه واحتياجاته ورغباته. وليس هو بضحية لوسائل الإعلام بل هو مستخدم لها. ونتيجة لذلك يتم التأثير الرئيسي لوسائل الإعلام بالحجب: فما لا يقال أكثر تأثيراً مما يقال.

لا شك أن لوسائل الإعلام أثراً كبيراً في توفير الأخبار بانتقائها ما هو هام في الأحداث وبين الأشخاص. فلا يستبعد أن تحدد وسائل الإعلام النظام اليومي للمجتمع: فهي لا تستطيع أن تملي على الناس موضوعاً يفكرون به ولكنها تقرر ما يجب عليهم أن يفكروا به وما لا يجب أن يفكروا به[2]، فيشكل الناس من المواضيع التي تهمها رأياً، وغالباً ما يفرض رأي الأغلبية في كل الأحوال على الوسائل الإعلامية (وخاصة التجارية منها).

يمكن الإشارة إلى الاتحاد السوفيتي وإلى فضائياته للدلالة على استقلالية المواطنين ومقاومتهم للوسائل الإعلامية. فلم تكن الرأسمالية منها حسب المفهوم الماركسي إلا مؤسسة ضخمة تستغلّها فئة اقتصادية لتعيد الجماهير إلى العبودية. وفي الواقع لم تقم الوسائل الإعلامية السوفيتية المسخّرة فعلاً بواجبها حيث أسقط مواطنو هذه البلاد سلمياً تلك الأنظمة الشمولية.

وهكذا عزز رأي أولئك الذين يعتمدون على مستخدمي وسائل

---

(1) ضربت وسائل الإعلام الأمريكية مثالاً مستغرباً على ذلك هو: أنها ركزت أضواءها وهجومها خلال عام من الزمن على رئيس الجمهورية كلينتون الذي احتفظ بشعبيته بين ثلثي سكان الولايات المتحدة.

(2) يمكن لوسائل الإعلام أن تصل إلى ما أسمته Elizabeth Noell-Neumann «دوامة الصمت»: وهكذا تختفي وقائع وأشخاص وأفكار من الوجدان العام.

الإعلام في الطلب والكسب، بأن وسائلهم الإعلامية تحترم الضوابط المهنية وتراقب نوعيتها وتقدم خدمة جيدة.

II - قيم إنسانية

الحقوق والواجبات أمران لا ينفصلان عن بعضهما. والكائن البشري ميّال للمطالبة بحقوق متجاهلاً الواجبات التي ترافقها وخاصة في أيامنا هذه وفي الغرب بالذات. إلا أن المبحث الأدبي يولي اهتماماً بالواجبات. فيطرح أن الحرية والمسؤولية توأمان. وهو كالدين أو الفلسفة، يسنّ قواعد ترسم حدوداً لحرية كل إنسان وتفرض التزامات على كل فرد. تشتق هذه القواعد من مجموعة من المبادئ الأخلاقية يتبنّاها أي مخلوق بشري لأنها تنسجم مع نظرته التي كوّنها عن أقرانه وعن الكون؛ كما إنها تنسجم مع آرائه عن المجتمع وعن مؤسساته التي تستوحي هي نفسها من معارفه.

قيم أساسية: ـ إن وجدت قيمة يستطيع جميع البشر أن يتفق عليها (عدا بعض المتعصبين ربما)، فهي الحفاظ على الجنس[1] أي على مصير الكوكب الأرضي. فلا بد لهذا الاهتمام أن يحركهم جميعاً مهما كانت أيديولوجيتهم ودرجة إيمانهم الديني. فهم مهددون كما لو لم يهددوا أبداً من قبل. فقد اكتشفوا العدو: إنه أنفسهم بالذات. فعلى الجميع أن يشعروا بالمسؤولية. فمن حسن الطالع أنهم يشتركون عموماً ببعض القيم التي ترتكز عليها الأخلاق الاجتماعية: كاحترام الحياة الإنسانية والحرص على عدم إزعاج أحد دونما سبب وإعلاء العدالة وحقوق الإنسان وتحسين مصير الآخرين والديمقراطية.

---

(1) راجع Hans Jonas في مؤلفه Das Prinzip Verantwortung الذي صدر في فرانكفورت عام 1979.

فإذا تسنى لنا الكلام عن قيم عالمية فهذا يعني أنها جزئياً نتيجة التعميم الذي بدئ في القرن التاسع عشر. بل هناك اليوم أيضاً، قيم لا تقبل بها بعض الثقافات التقليدية كالمساواة مع النساء والتساهل حيال المخلوقات الشاذة والحياة الخاصة والديمقراطية. من جهة أخرى، لا تتساهل بعض هذه الثقافات أيضاً حيال العنجهية المفرطة وحياة العنف الاجتماعي للعالم الغربي. على كل، لكل ثقافة خصوصياتها بمعزل عن درجة تطورها الاقتصادي: فمنظر المرأة العارية يسبب استهجاناً كبيراً في المملكة العربية السعودية كما في الولايات المتحدة بينما يشكل في أوربا جزءاً من ديكور الصيف (أو الإعلان الدعائي).

الإرث اليهودي اليوناني: ـ تعتبر الأيديولوجية في معظم الأنظمة الصناعية أصلاً من وحي الديانة اليهودية اليونانية أي المسيحية. لتلخيصها في جملة واحدة نقول: إن الإنسان الذي خلق على صورة الله قد دنّس بالخطيئة الأزلية. فهو نبيل وفاسد. يتمتع بحقوق بل هو مقيّد بواجبات. وللاختصار الشديد نقول: هناك عرفان في قلب الحضارة الغربية، سواء وضعت النقاط على هذه الطبيعة للإنسان أو على الأخرى، هما العرف الكاثوليكي والبروتستانتي أي العرف اللاتيني والأنجلو أمريكاني أو عرف جنوب أوربا وعرف شمالها. يضع العرف الأول وهو الأكثر تشدداً، النقاط من جديد على تضامن المجموعة واستقرار المجتمع. أما الثاني الأكثر تحرراً، فيضع النقاط على الفرد وعلى العمل. وهذا الأخير هو الذي تزعّم بزوغ الديمقراطية والحضارة الصناعية. نذكر ضمن قيمه المنتشرة حالياً على الكرة الأرضية: التأكيد على المساواة بين البشر والإيمان بالتقدم الإنساني واحترام القانون والعقد الذي يرتكز عليه المجتمع.

سنّت عبر العصور تعاليم أخلاقية عظيمة لتوجيه سلوك

الأفراد. كذلك أوصى أرسطو أن يستمر المرء بإتباع خط وسط بين طرفين نقيضين. أما كانت Kant فيرى أن كل إنسان مزوّد في داخله بحسّ أخلاقي يعتبر المادة المتممة لفعل الخير: فالعمل الأخلاقي حسب هذا «الأمر القاطع» هو عمل يمكن أن يعمم. ويعتقد ستيوارت ميل المؤيد للمذهب النفعي أنه يتعين دائماً البحث عن أكبر خير ممكن لأكبر عدد ممكن من الناس.

الديمقراطية: ـ يبدو أن أكثرية ساحقة من البشر مقتنعة في أيامنا هذه أن على الشعب أن يفرض إرادته على الحاكمين وليس العكس. ويمكن للديمقراطية التي يقال إنها ستكون مسيحية خالصة أو حتى بروتستنتية ألا تبدو متطابقة مع الدين الإسلامي التقليدي الذي تكون السياسة حسب عقيدته متعلقة بالله الذي يقوم عقلاء بتفسير إرادته. كما إنها غير متطابقة مع الديانة البوذية والكونفوشية والهندوسية أو مع النظام القبلي. وسواء كان الأمر خضوعاً مطلقاً للمجموعة العرقية أم احتراماً للطوائف لتحقيق الاستقرار الاجتماعي أو إخلاصاً للأجداد والشيوخ وزعماء العشيرة لا تبدو مثل تلك القيم منسجمة مع الديمقراطية، التي تعني أن ننسى أن الهند تمثل أكثر ديمقراطية في العالم اتساعاً وأن اليابان هو أحد أقوى[1] نظامين ديمقراطيين فلو نظرنا عن كثب لاكتشفنا مثلاً أنه توجد بالنسبة لكونفوشيوس قيمتان أساسيتان هما: الغيرية والإنصاف وأن الفكر الكونفوشي مرتكز بالتأكيد على احترام النظام والتسلسل الطبقي بل أيضاً على التفاني في خدمة المجموعة وعلى التعاون والأدب الجم.

(1) من المعروف أن المفهوم الآسيوي للديمقراطية مختلف عن المفهوم الغربي.

III - حرية التعبير

تتطلع جميع الدول في العالم إلى توفير «حقوق الإنسان» لكل فرد من مواطنيها. أما عملياً فلا ينال الفرد أياً من هذه الحقوق إن لم يحظَ بأحدها، وهو حق المعرفة. فأي حق يكتسب ثم يدافع عنه باستمرار. والإنسان في هذا الصراع إن لم يكن مطّلعاً يكون مجردّاً من السلام.

حرية الصحافة: ـ تعتبر الرسالة الأولى للممتهن في الوسائل الإعلامية أياً كانت مهامه الأخرى، هي ممارسة حرية الاتصال بغية إعلام الناس بملاحظاته عن العالم الذي يحيط بهم. هذه الحرية هي إحدى تلك الحقوق الإنسانية الموصوفة بالمطلقة لأنها تنسجم مع احتياجاتٍ حياتية. ودون اتصال لا يوجد مجتمع، وبالتالي لا بقاء طويل للفرد.

تترافق إقامة نظام ديكتاتوري سواء كان علمانياً أم دينياً، ملكياً أم إمبراطورياً، عسكرياً أم استعمارياً، بورجوازياً أم بروليتارياً، بإلغاء حرية الكلام والصحافة. فقد أصبحت هذه الأخيرة إذن رمزاً للديمقراطية بقدر ما هي عامل لها. فغير عبثي أن نكرر أنه: لو صح القول أن ليس هناك من حرية حقيقية دون حدود فلا يمكن بالمقابل أن تكون هناك مسؤولية دون حرية. فالمهنيون بحاجة للحرية تجاه الدولة وكذلك حيال أصحاب العمل؛ كما أنهم بحاجة «الحرية اقتصادية» إذ: دون راتب ملائم يصعب عليهم الإفلات من الفساد.

حرية إيجابية: ـ «يحق لكل فرد أن يتمتّع بحرية الرأي والتعبير، مما يقتضي حق تجنب القلق بشأن آرائه وبحثه وتلقّيه ونشره المعلومات والأفكار بأية وسيلة تعبير كانت دون حسبان للحدود»: ذلك هو

البند 19 من الإعلان الدولي لحقوق الإنسان الذي صوّت له في الأمم المتحدة عام 1948.

سبب ظهور التكنولوجيا في نهاية القرن التاسع عشر ومن ثم النظام الإلكتروني انتشاراً واسعاً للوسائل الإعلامية استدعى ثورةً في المصطلحات. فقد اعتبرت «حرية الصحافة» خلال قرون عدة على أنها حق لكل مواطن. وكانت هذه الحرية حقيقية طالما كان الأمر يكفي أن يتوفر مبلغ صغير لنشر دورية. وعندما ارتفعت التكاليف أصبحت هذه الحرية سلبية: حيث كان المواطن يستطيع بين العديد من الصحف استبعاد ما لا يستجيب لاحتياجاته أو يقدم عن العالم رؤية مختلفة عن رؤيته. وقد انحدر عدد الصحف في معظم المدن منذ عام 1945 على الأقل إلى صحيفة واحدة. إذ يلزم عشرات الملايين من الفرنكات لطرح صحيفة أخبار يومية. نتيجة لذلك لم تعد «حرية الصحافة» حقاً للمواطن بل أصبحت امتيازاً يمنح للأثرياء أو للحكام. لهذا السبب برز مفهوم جديد.

ظهر هذا المفهوم بشكل خاص ضمن الأنظمة الديمقراطية الاسكندينافية والأنجلوسكسونية حيث يوجد في آن واحد اتفاق حول القيم الوطنية، وهي عادة تتداولها الأحزاب في سدة الحكم، وبالنسبة للصحافة تقليد معين في الحرية وفي العدوانية الخلاّقة. وبمعنى آخر هي أمم اندمجت فيها المعارضة، سواء كانت حزبيّة أم صحفية، في الحياة السياسية.

بدئ بتحديد حرية الصحافة، ليس فقط على أنها إلغاء للرقابة السياسية أو حتى لأية رقابة، بل على أنها تشديد على عمل يجب القيام به وهو: إحقاق حق كل مواطن في الاطلاع على الأخبار، أي حقه في تلقّي الخبر بشكل جيد، وكذلك حقه في الإخبار أي الاتصال بوسائل الإعلام.

IV - حق الاتصال

ما كان لحرية الكلام والصحافة أن تبقى مجرد غياب للحظر تنتهزه فئة قليلة[1]، إذ لا بد أن تتحول إلى حق في الاتصال للجميع. فقد استخلص Jerome Barron، القاضي في المحكمة الدستورية من الولايات المتحدة، من تحريم أي نوع من الرقابة (ورد في التعديل الأول من الدستور) وجود حق للمواطنين بالاتصال بالوسائل الإعلامية: فما نفع حرية التعبير إذن، إن لم يتمكن المرء من إسماع صوته؟ ولكن طريقة تحرير اتصال بوسائل الإعلام لا تخطر في بال: فالضوابط المهنية هي وسيلة محترمة لتحقيق هذا الأمر.

يفرض «حق الاتصال[2]» نفسه بما أن الاتصال حاجة أساسية للبشر: وهو الحق الذي اعترف به للأفراد وللمجموعات وللأمم تبادل أية رسالة وبأية وسيلة للتعبير، وألزم بالتالي المجتمع بتوفير جميع وسائل هذا التبادل. فما كان لحق الناس بالتربية أن يعني شيئاً لو لم تكن هناك مدارس ولا لحقهم بالصحة لولا وجود المشافي.

لماذا؟ ـ هل من المعقول أن نرغب بتغطية «حرية سلبية» بحرية «إيجابية» تطلّب اكتسابها عصوراً من النضال ولم نسد بعد على مجمل كوكبنا الأرضي؟ هناك أربعة أسباب رئيسية. فقد جعلت التكنولوجيا بدايةً، والانترنت بشكل خاص، منذ وقت قصير من أي اتصال عام أمراً ممكناً وسهلاً ورخيص التكاليف. فقد خرجنا من المرحلة

---

(1) «حرية الصحافة ملك لمن يمتلك صحافة» حسبما صرح الناقد الأمريكي A. J. Liebling.

(2) هو مصطلح طرحه الفرنسي Jean d Arcy عام 1969 وتردد في السبعينات في كندا وفي الولايات المتحدة ثم في المؤسسة الدولية للاتصالات، وفي الأونيسكو.

الوجيزة «للإعلام الجماهيري» التي فرضت خلالها ندرة أقنية الاتصال وتكاليف الاستثمار التعبير ذا الاتجاه الوحيد، وازدحام المتصلين ورقابة متشددة من الدولة في المجال الإلكتروني، فقد دخلنا مرحلة التوجيه الفضائي.

السبب الثاني هو مجتمع عامة الناس، حيث يتمتع الفرد المتوسط بقدر أكبر من التربية والمال والرفاهية أكثر من أي وقت مضى. فالعلم ومؤسسات الأمن الاجتماعي في البلدان المتطورة تبعد عن معظم السكان هاجس البؤس والموت المبكر؛ إلا أن الإنسان يشعر بالإحباط ضمن «الشريحة المنعزلة». فهو يشعر بعجزه تجاه المعاملات البيروقراطية العامة أو الخاصة وبحاجته الماسة للانخراط ضمن تنظيم وللمساهمة في إدارة حياته الخاصة. والدليل على ذلك النضال الذي تلتزم به الأقليات العرقية والنساء والمستهلكون وحماة البيئة. والأفراد يدركون أخيراً أكثر من أي وقت مضى مدى تبعيتهم لباقي الناس. وهم يشعرون استناداً لهذه الأسباب كلها بضرورة إعلامهم لغيرهم واستعلامهم.

السبب الثالث هو إدراك أن الإعلام مصدر طبيعي متميز وقيّم جداً، وأنه ركيزة السلام والرخاء، وأن تداوله الحر والغزير يتفق مع تطلعات الفرد ومع التطور الاقتصادي وحل المسائل الاجتماعية كما يساعد على الاندماج الهادئ بالتغيرات البيئية المتسرعة.

هناك سبب رابع ربما يكمن في شعور تضامني ينتشر شيئاً فشيئاً على سطح المعمورة رغم الفروقات الثقافية وحالات التباين الكبرى. فقد ظهر ازدياد تبادل المنتجات والثقافة والإعلام بشكل خاص على أنه الوسيلة الوحيدة لتجنب بلاء اقتصادي أو كارثة بيئية أو حتى محرقة نووية (يسببها أي ديكتاتور إرهابي).

ثغرات الاتصال: ـ يمارس الاتصال الاجتماعي على صعد وفي اتجاهات مختلفة. فتجري العلاقات الدولية من أمة قوية أو مجموعة تمويلية (كإذاعة فرنسا الدولية أو استوديوهات هوليوود) إلى أمة ضعيفة. ومن أمة ضعيفة إلى أخرى قوية؛ ومن أمة ضعيفة إلى أخرى ضعيفة. أما بالنسبة للعلاقات بين المجموعات فتتم عامودياً، إما من الأعلى للأسفل: أي من الحكومة للشعب (عبر إذاعة الدولة) أو من شركة كبرى إلى الجمهور العريض (عبر صحيفة وطنية) وإما من الأسفل إلى الأعلى (عبر استطلاع أو استفتاء). وأخيراً يجري الاتصال أفقياً من مجموعة إلى أخرى (عبر قناة اتصال عام على شبكة أرضية محلية).

يبدو أن حق الاتصال لم يمارس كثيراً في اتجاهات ثلاثة، وأنه حري به أن يكون أكثر استخداماً: من أمة ضعيفة إلى أخرى قوية ومن مواطنين إلى سلطات حاكمة، ومن مجموعة إلى أخرى ضمن عامة الناس، فهدف الانضباط المهني يقضي جزئياً بإزالة العقبات.

عدا عقبة واحدة هي قطع الاتصال المقبول تماماً: في حال رفض الاتصال، فكل امرئ على الصعيد الفردي، يقبل أنه بالإمكان عدم شراء صحيفة أو إدارة مفتاح الراديو، ويستنكر مطالبة بعض الناس بحصانة من التشهير بهم عبر الدعاية والإعلان. وعلى الصعيد الدولي يصعب أحياناً احتمال جهود بعض البلدان في حماية ثقافاتها بعرقلة استيراد المنتجات السمعية البصرية الأجنبية. وفي الواقع، ترتفع الأصوات في كل مكان مطالبة باتصال مزدوج الإدارة ومتوازن عدا في الولايات المتحدة بالطبع، بسبب مكانتها الإعلامية.

٧ - قيم إعلامية

يعود التطرق للانضباط المهني إلى الحديث عن واجبات الصحفيين. تتضمن هذه الواجبات وجود حقوق يتمتع بها العاملون في الصحافة كبشر وكممارسين لمهنة متميزة. وغالباً ما يضمن لهم القانون على كل، بعضاً من هذه الحقوق، وبعض البنود تشير إلى ذلك. كحق الحصول على راتب ملائم، وحق الاستخبار عن الخط السياسي للتحرير، والتشاور قبل إجراء تغيير هام في إدارة العمل، وحق رفض مهمة لا تتوافق مع معتقداتهم أو مع الانضباط المهني؛ وحق الوصول إلى المعلومات الخ... وهم يذهبون كونهم وكلاء للجمهور، حيث لا يستطيع أن ينطلق في حشد كبير، ويفعلون ما لا يستطيع ذلك الجمهور أن يفعله: فهم يتمتعون بامتيازات واسعة، بل عليهم استحقاقات يتوجب تقديمها.

واجبات الإنسان: ـ تتمثل التزامات الصحفي أولاً في واجبات أي كائن إنساني يطبّقها في ميدان الوسائل الإعلامية، حيث يجب أن تستجيب لاحتياجات فطرية يبدو أن جميع البشر يشعرون بها: فالمرء يشعر منذ الطفولة برغبة في التعبير الحر، ويطلب من الكبار قول الحقيقة وأن يتحملوا المسؤولية. هناك ست على كل، ضمن وصايا موسى العشرة يمكن أن تطبق في الاتصال الاجتماعي وهي: 2 ـ لا عبادة للأصنام، لا شتيمة أو لعنات/ 5 ـ احترام الأقدمين والتقاليد ـ 6 ـ نبذ العنف/ 7 ـ تحريم الفحش في الكتابة والرسم/ 8 ـ الابتعاد عن الفساد/ 9 ـ الامتناع عن الكذب / 10 ـ التضامن مع الصحفيين الآخرين. تعتبر القيم الأساسية للإنجيل التي لخصتها (صحيفة لاكروا La Croix) في خمس كلمات هي: الحرية ـ الكرامة ـ العدالة ـ السلام والحب (أحبب قريبك كما تحب نفسك)

بالمثل أقطاباً يمكن أن تجمع حولها جميع بنود القواعد الصحفية.

الإرث الغربي: ـ نشأ العمل الصحفي وتطور بين عصر النهضة والثورة الفرنسية في أوروبا غربية مشبعة بقيم حركة الإصلاح وخاصة النزعة الفردية والمسؤولية الفردية، والعمل الإبداعي والانضباط الأخلاقي. بل مشبعة أيضاً بقيم عقلانية ولبرالية من عصر الأنوار، وفيما بعد بمصطلحات «دعهم يعملون» وبالمذهب النفعي وبالفكر «الداروني الاجتماعي».

ما كان للمفكرين الكبار من العصور السالفة أن يهتموا بالوسائل الإعلامية كونها لم تظهر إلا في منعطف القرن العشرين. أما في العصور الحديثة فقد اهتم قليلاً واضعو القوانين الانضباطية المهنية المنصرفون للممارسة العملية والغافلون عن الفلسفة، بفك طلاسم أعمال مفكرين مغرقين في التعقيد.

بدأ توجّه نحو التخصص ينمو منذ القرن الثامن عشر مع تقدم العلوم والثقافة: إذ لا بد للامتياز والقوة أن ينبعا من الكفاءة والفائدة الاجتماعية للفرد وليس من الأجداد وملكية الأراضي فحسب. وقد شكّل ممتهنو الإعلام فيما بعد، أي منذ نهاية القرن التاسع عشر جمعيات لتحديد قواعدهم الخاصة بالانضمام والممارسة بغية اعتراف الدولة باستقلالهم واعتراف الجمهور بقيمتهم، فافتتحت مدارس اختصاصية وسنّت قوانين.

قيم عالمية: ـ تعتبر القيم الإعلامية متماثلة بمعناها الواسع في جميع مناطق الكرة الأرضية التي يكون النظام فيها ديمقراطياً. ففي حقيقة الأمر، ترتكز الضوابط المهنية على قيم عالمية، كنبذ الكراهية والعنف وازدراء الإنسان (كالفاشية) أو بعض الفئات من البشر (كالعنصرية) وتنسجم مع معظم الأيديولوجيات: كاليهودية والبوذية

والكونفوشية والمسيحية (الكاثوليكية والبروتستانتية) والإسلام المعتدل والمذهب الإنساني والديمقراطية الاجتماعية، ولكنها لا تنسجم مع الأنظمة المتطرفة ولا الشمولية ولا الأصولية.

من الواضح أن تراتب القيم يختلف من ثقافة لأخرى. وهكذا دلّت دراسة مقارنة قام بها صحفيون من الولايات المتحدة ومن الصين أن الطرفين يقدّران أنه لا بد وأن يكون الخبر المقدم دقيقاً وغير منقوص، ولكن الطرف الأول يضع في أولوياته الصحفية التصدّي وحب الاستطلاع بينما يولي الطرف الثاني الأفضلية للتواضع والأمانة.

يرى Deni Elliot أن ما يشكّل مهنة معيّنة هي قيم يشترك بها معظم أعضائها حتى لو لم تبرز بشكل واضح. ففي حال الصحفيين يكون: نشر تقرير كامل ودقيق ومتطابق مع الواقع ومنسجم مع روح العصر، هو توفير الخبر الذي يحتاج إليه المواطنون؛ وعندما يتم ذلك لا يكون قد لحق ضرر بأحد. يتوجب على الصحفي أن يضع نفسه مكان الأشخاص المتضررين بما ينشر وبتصوّره للآثار بعيدة وقصيرة المدى لما يصرّح به. فالقيم الصحفية تكون عموماً مرتبطة بالطبع بمهام وسائل الإعلام، مما يستلزم أن يتمتع الصحفي بإدراكٍ نيّرٍ لهذه المهام.

قيم طبيّة: ـ ذكّرت مهنة الطب في بريطانيا لدى انعقاد مؤتمر عام 1994 ضمّ حوالي اثني عشر تجمعاً مهنياً بقيمها القديمة جداً والتي لا تزال صالحة للقرن الحادي والعشرين. ومن المثير للعجب أنها ربما تلائم المهنة الإعلامية: بالالتزام والتفاني والمشاركة والكفاءة وروح الاستطلاع والتشاور والمسؤولية تجاه المنتفعين والمجتمع. فالأطباء يقلقون هم أيضاً من انحسار ثقة المرضى ومن الشكاوى والقضايا التي يرفعونها ضدهم. وهم يرون أن على المهنة بأكملها أن تشعر بالمسؤولية تجاه أفعال أعضائها وأن تلتزم بتنظيم مسلكها الذاتي. كما يوصون بتقييم يجريه نظراؤهم بالاشتراك مع مرضى؛ ويعتقدون أنه يتعين على المهنة أن تشترك بفاعلية بتحسين المجتمع.

الجزء الثاني
الانضباط المهني

الفصل الأول
القوانين: أنماطها ومضامينها

تحوز معظم الأمم التي يكون النظام فيها غير ديكتاتوري على قانون واحد على الأقل للصحافة، من النرويج إلى جنوب أفريقيا ومن اليابان إلى تركيا ومن كندا إلى تشيلي.

يطلق عليه أحياناً عبارة قانون أدبي أو قانون الشرف أو المنهج السلوكي أو حتى ميثاق الصحفيين أو قواعد السلوك الحسن أو مرشد في الانضباط المهني أو المرجع الانضباطي أو إعلان مبادئ. وقد استنكف الفرنسيون عن تداول مصطلح «قانون» لا شك بسبب وجود مصطلح القانون المدني وقانون العقوبات؛ ويفضلون عبارة «ميثاق» في حين تعني هذه العبارة أصلاً لائحة حقوق (وليس واجبات) غالباً ما يتفضّل بها حاكم.

طبيعة القانون: ـ في الوقت الذي يؤخذ فيه بقانون معين، غالباً ما يكون هناك قانون عام. بل إن محرري القانون يشعرون بقصوره وبأخطاره في آن واحد. فما يكتبونه ليس بنص مقدس

يعتقدون أن كل فرد سيلتزم به التزاماً مطلقاً، بل هو مبدأ يلازم الإنسان، وتفترض فاعليته أن يتمتع الصحفي بحسٍّ أخلاقي.

هناك أشياء في كل مهنة «يمكن فعلها» وأشياء «لا يمكن فعلها»، يتعلمها المرء تقليدياً في موقعها، ومن يخالف التقاليد غالباً ما يتعرّض للتهميش. فلكي يبقى التقليد حيّاً يحتاج لمن يحميه وينقيّه ويعصرنه وينظمه ويبرزه محلياً أو وطنياً، وإلا سيبقى فضفاضاً ومبهماً في كثير من الأحيان أو حتى موضع شك كبير[1]. وتوجد بالتوازي في معظم هيئات الصحافة مبادئ للنشر تنقل إما شفهياً أو كتابياً (لصالح الجمهور أحياناً أو لصالح المعلنين).

أهداف القوانين: ـ يرمي قانون الانضباط المهني في أية هيئة مهنية (العقارية على سبيل المثال أو الصيدلانية) إلى إقصاء المراوغين والمحتالين. فيقدّم القانون للجمهور معلومات عن المهنة: ويشير إلى أنها تتضمن قواعد سلوكية؛ وعندما ترتفع نسبة مصداقيته يضمن وفاء الزبائن وتمسّك المعلنين، فيما يتعلق بالوسائل الإعلامية؛ وبالتالي يضمن الرخاء.

يتولى القانون حماية الزبون، بل إنه علاوة على ذلك، ينشىء نوعاً من التضامن ضمن المجموعة ويحافظ على امتياز المهنة، وبالتالي على نفوذها فنحن لا ننوي بالطبع ولا يمكننا أن نحترم جداول القانون ولكننا نعلنها لنتخذ لأنفسنا مبدأ على الأقل، ونحاول أن نشحذ الوجدان الفردي لكل مهني بذكر قيم ومبادئ اعترف بها

(1) كان يقبل في الماضي أن يتسلّم الصحفيون «مظروفاً» بعد المؤتمرات الصحفية التي يعقدها رؤساء العمل. ويجب ألا ننسى أن الصحافة الباريسية في فترة ما بين الحربين كانت إحدى أكثر صحافيات أوربا فساداً.

بالإجماع. فالقانون يسبغ على كل فرد شعوراً بالأمان وبالقوة الجماعية.

والقانون يهدف من جهة أخرى إلى تجنب تدخل الدولة. إذ يمكن أن تكون مهابة الجانب بالنسبة للوسائل الإعلامية، حيث يقوم المشرّع بطرح قوانين رادعة يصوّت عليها أحياناً عندما يبدي الجمهور حذره منها. يثير ظهور هذا الخطر لدى المهنيين تحركات من الإصلاح الذاتي: أولها إعداد نظام داخلي.

يمكن للميثاق أن يفيد في ربط الإدارة، خاصةً إذا تضمن أيضاً لائحة بحقوق الصحفي، مما يفسّر رفض أرباب العمل إدراجه في معظم الأحيان في ملفاتهم (كما في فرنسا)، حيث يحصل المهنيون بفضله على حماية ضد أي مستخدم يفرض عليهم سلوكاً مخالفاً للخدمة العامة: إذ يمكنهم أن يستنتجوا أن ذلك السلوك سيطردهم خارج الهيئة.

واضعو القوانين: ـ إذا وضعنا القوانين ذات المنشأ الحكومي والتي يمكن أن ندرجها تحت تسمية مراسيم جانباً، هناك قوانين وطنية نظّمها تجمّع أو أكثر (مؤلف من أرباب الصحف بالإضافة إلى الصحفيين كما في غانا)، وقوانين دوليّة كما في تجمّع الاتحاد الدولي للصحفيين (FIJ) وهناك قوانين وضعتها جمعيات أرباب العمل (كميثاق حسن السلوك لنقابة الصحافة اليومية الإقليمية) أو نقابات (كما في سويسرا وبريطانيا) أو حتى جمعيات صحفيين (كجمعية الصحفيين المتهنين SDX في الولايات المتحدة). توجد أيضاً قوانين لوسيلة إعلامية وحيدة كقانون الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف اليومية (ASNE) المتعلق بالصحافة المكتوبة، والقانون القديم للجمعية الوطنية للرؤساء الإعلاميين في الإذاعة والتلفزيون

(NAB)[1]. وهناك قوانين خاصة بهيئة صحافية سواء كانت صحيفة مثل (لا كروا في باريس) أو شيكاغو تريبون أو محطة إذاعية وتلفزيونية كمحطة NHK في اليابان.

يفترض أن يصاغ أي «قانون في الانضباط» طوعياً ضمن هيئة مهنية. لهذا السبب يرفض بعضهم أن يأخذ بالحسبان الأنظمة التي يحددها الرؤساء لموظفيهم[2] «كميثاق أسلوب التحرير» لصحيفة (نور إكلير Nord-Eclair) أو حتى كراسات الأسلوب (Style-books) المتضمنة جميع التعليمات الموجهة للصحفيين (بما فيها مراعاة الدقة بالمواعيد كالدقة في الكتابة)، بل يرفضون أيضاً الضوابط المهنية.

يعتبر الاعتراض على تلك «القوانين السلوكية» أو تلك «المواثيق الإدارية» موضع جدل: فهي تتألف من قواعد غير متباينة إلا في كونها أكثر مادية وأكثر دقة. وغالباً ما تكتب بمبادرة من الكوادر العليا للتحرير، أي من الصحفيين المتعاطفين مع الهيئة العاملة. تمتاز هذه القوانين أنها يمكن أن تندرج في عقود التوظيف وأن تتضمن عقوبات. وقد أعدّت بعض القوانين التي وضعها صحفيون ورؤساء عملوا معاً ضمن تكتل يضمهم جميعاً كمجلس الصحافة الألماني. يمكن في كل الأحوال أن تضم إلى المواثيق اجتهادات مجالس الصحافة عندما يخشون انتهاكها، وكذلك إعلان المبادئ التي يصادف أن يسنّوها.

---

(1) ASNE هي الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف اليومية. (National Association of Broadcasters NAB) أي نقابة الصحافة المرئية والمكتوبة والإذاعية.

(2) تلقّت الصحف الأمريكية عام 1976 حق فرض قانون يوجه لموظفيها. ومنذ عام 1980 كان قسم كبير منها قد شرّع لنفسه واحداً.

يستحسن عندما ينكبّ المحترفون على تحرير قانون ما أن يدعوا بعض الخبراء لمراقبة وتحليل تصرفات ومضامين الوسائل الإعلامية وأن يستدعوا المنتفعين من القانون على وجه الخصوص، ممن يتمتعون بحرية الصحافة. ممن المفيد أن يقبل القانون من جميع أعضاء الهيئة ومن الأفضل أن يحبذه المجتمع المحيط.

لمحة تاريخية: ـ تضاعفت القوانين في بداية القرن العشرين بتأثير جزئي من الحركة التقدمية التي كانت تنبذ تجاوزات النظام الرأسمالي الشرس لا سيما في الصحافة. وفي ذلك الوقت أيضاً أدرك الصحفيون وجوب تشكيل تجمع خاص بهم.

نظم الصحفيون البولونيون في منطقة غاليسيا منذ عام 1896 لأنفسهم لائحة واجبات ومحكمة شرف. وفي عام 1910 تبنّت جمعية إعلامية في كنساس قانوناً[1] يشمل ناشرين ومدراء. وفي عام 1924 كان لأكثر من نصف دزينة من الصحف اليومية ميثاقها الخاص. وأول قانون وطني كان فرنسي الأصل وهو: ميثاق واجبات نقابة الصحفيين الفرنسية (SNJ) الذي طبّق عام 1918. أما بالنسبة لأول قانون دولي فقد كان عام 1926 وهو قانون الجمعية الأمريكية الداخلية للصحافة. وبعد ذلك وضع الاتحاد الدولي للصحفيين (FIJ) عام 1939 نظام الشرف الخاص به.

ظهرت القوانين في كل مكان بعد الحرب العالمية الثانية. وقد انكبت الأمم المتحدة منذ نشأتها على هذه المسألة، ولكن مشروع قانونها الذي أرسل لاستطلاع رأي ما يفوق عن خمسمائة جمعية

(1) غالباً ما كان يطلق عليه عبارة «عقيدة الصحفي». وقد حرره عام 1908 العميد الأول لأول كلية للصحافة في جامعة ميسوري.

إعلامية عام 1950 لم يتبنّاه أحد، وخاصة لرفض المنظمات المهنية له تحسّباً من حشر المؤسسات الحكومية أنفها في تلك الأمور.

تضخّمت موجة الاهتمام التالية بالضوابط المهنية في منعطف السبعينات من القرن العشرين في حاضرة اليونسكو وفي المجلس الأوربي وفي الاتحاد الدولي للصحفيين FIJ وفي المعهد الدولي للصحافة بعد الغليان الاحتجاجي الكبير، وجاء الاهتمام الرابع بعد حرب الخليج عام 1991.

I - أنماط البنود

يمكن أن نتوقّع اختلاف تعريف «الممارسات الفاضحة» لوسائل الإعلام حسب ثقافة أية أمة ومرحلة تطورها ونظامها السياسي. فلا يمكن أن يتماثل بين بلاد شيوعية وأخرى ليبرالية، وبين بلاد متخلفة وأخرى فائقة التقدم، وبين بلاد إسلامية وأخرى هندوسية، إلا أننا نجد القواعد الأساسية ذاتها في معظم القوانين. والسبب هو المجتمع الثقافي للبلدان التي ظهرت فيها القوانين الأولى ودار فيها النقاش الدولي.

فلا خلاف عميق بين المتهنين والمراقبين الجامعيين ونجوم المنتفعين حول ما يتوجب على الوسائل الإعلامية أن تفعله وما لا يتوجب عليها أن تفعله.

قانون منهجي

قيم أساسية

- احترام الحياة
- إعلاء شأن التضامن بين البشر.

محظورات أساسية

- عدم الكذب
- عدم الاستيلاء على أملاك الآخرين.
- عدم التسبب بألم غير مبرر.

مبادئ صحفية

- أن يكون الصحفي كفؤاً (وبالتالي واثقاً من نفسه ومستعداً بالتالي للاعتراف بأخطائه).
- أن يكون مستقلاً حيال القوى الاقتصادية والسياسية والثقافية.
- ألا يفعل ما يضعف ثقة الجمهور تجاه الوسائل الإعلامية.
- أن يحدد الإعلام تحديداً واسعاً وعميقاً (أي ألا يقتصر على البديهي والمثير والسطحي).
- أن يقدم تقريراً دقيقاً وكاملاً ومفهوماً عن الفعالية.
- أن يخدم جميع الفرقاء (الأغنياء والفقراء منهم والشبان والمسنين واليساريين واليمينيين).
- أن يدافع عن حقوق الإنسان والديمقراطية ويعلي من شأنهما.
- أن يعمل على تحسين المجتمع المحيط به.

لا شك أن القوانين المتعددة تختلف، وما ذلك إلا في درجة الدقة. فميثاق نقابة الصحفيين الوطنية SNJ يتلخص في نصف صفحة، وقانون صحيفة كوريه جورنال Courrier Journal لمدينة لويفيل Louiville (في الولايات المتحدة) يقع في 65 صفحة. على كل، يتميز أي قانون بوجود أو غياب بعض المتطلبات. ويبدو أن جميع القوانين إن لم تتضمن جميع البنود التقليدية فهذا يعني احتمالاً أن واضعيها كانوا يتعمدون الاختصار أو أنهم بكل بساطة لم يفكروا في ذلك.

غالباً ما تأتي توصيات القوانين بذاتها بشكل عشوائي، وكثيراً ما يقع الخبراء في ارتباك عندما يتعهدون القيام بتحليل مقارن للقوانين. فتخطيط صورة بانورامية مفهومة عن الضوابط المهنية

يتطلب بعض النظام. وقد قمت (بحصد) قواعد ضمن قوانين دولية ووطنية أو داخلية. وهي هنا موزعة في سبع زمر، لا يذكر فيها كل بند إلا مرة واحدة لتجنب التكرار (عدا بعض الاستثناءات). فالقواعد المقدمة في زمرة معينة لا تمثل إذن إلا عينة واحدة.

1 ـ حسب طبيعة القواعد

قواعد مثالية: ـ يستحسن تحديد أي هدف بشكل لا بد للممتهنين أن يتوجهوا نحوه رغم استحالة الوصول إليه في الكثير من الأحيان: كعدم قبولهم لمهمات تخالف الانضباط المهني، والتمتع بمعرفة ممتازة بالمواضيع التي يتحدثون عنها، وترك الآراء الخاصة خارج الريبورتاج، وتقديم العديد من وجهات النظر وبشكل مستمر والنضال الدائم للدفاع عن حقوق الإنسان.

قواعد عامة: ـ تنطبق دائماً بعض القواعد على جميع المواطنين دون استثناء (تقريباً). فمنها على كل، ما يشكّل مادة للقوانين العامة أو للوصايا الدينية: كالامتناع عن الكذب أو السرقة أو عدم التسبب بألم غير مبرر لأي شخص كان. هناك قواعد أخرى تتوجه بشكل خاص إلى الصحفيين: كعدم التصنع المتعمد في نقل الخبر، وعدم قبول امتيازات مالية أو ذات طبيعة ترمي إلى الحصول على نشر مقال أو عدم نشره؛ وعدم الإيحاء بالتفكير أن تصرف الصحفي مخالف للضوابط المهنية.

قواعد ذات استثناءات: ـ الغاية تبرر أحياناً الوسيلة. هناك قواعد يمكن لوسيلة إعلامية أن تغفلها عندما يخدم ذلك الصالح العام، لا سيما عندما تكشف عن تصرفات مناهضة للمجتمع أو تهدد الصحة العامة. وعلى الصحفي ألا يخفي هويته عن مصادره ولا أن

يجمع أخباره سراً (عبر كاميرا خفية على سبيل المثال) وألا يحرّض أحداً على ارتكاب جرم، وألا يحشر نفسه في حياة الناس الخاصة إلا بالطبع، عندما يشترك وزير الدفاع مع الملحق في بحرية دولة معادية(1) في معاشرة عاهرة واحدة.

قواعد جدلية: ـ يمكن للصحفيين بطبيعة الحال أن يختلفوا حول الردود على الأسئلة المتعلقة بضوابط المهنة وبشكل خاص حول بعض النقاط. فهل يتوجب على الوسائل الإعلامية أن تثير كل ما يأتي من الحكومة كما حصل في الولايات المتحدة، أم يتعين عليهم ألا ينخرطوا في صراعات «غير مبرّرة» حول أثرياء وموظفين كبار ومؤسسات (كما حصل في كوريا وفي تركيا)؟ وهل يعتبر رؤساء التحرير مسؤولين عن أفعال الصحفيين المنتمين لفريقهم (كما في بريطانيا والسويد) أم يتوجب على الصحفي ألا يرمي أبداً بمسؤولية كتاباته على مسؤول كبير (كما في فرنسا ومصر)؟ ألا يتعين على الصحفي أبداً أن يبدي رأيه (كما في اليابان)؟ أم أن له الحق بالتعبير عن رأيه (وخاصة في مصر)، وهو جدال قديم احتدم بين الفرنسيين والأميركيين.

يمكننا التنويه إلى نقاط اختلاف أخرى. فمن الطبيعي في إسبانيا ألا تذكر المصادر: فالساسة يحبون الإدلاء بتصريحات (للنشر دون ذكر الأسماء) بينما يعتبر عدم ذكر المصادر في الولايات المتحدة خطأ. هل يمكن لصحفي أن يترك مصدراً ما يراجع نصه أو برنامجه قبل أن يصدر؟ تتباين الردود على ذلك: ما عليه أن يفعل ذلك تحت أي ظرف، أو فقط للتحقق من معطيات حدثية. فلو سمح على كل بالاطلاع، يجب أن تذكر الواقعة لمتلقّي الخبر. وفي السويد يعتقد أنه لا يتوجب التطرق للجرائم الجنسية

---

(1) راجع قضية بروفومو Profumo التي جرت في بريطانيا عام 1963.

إلا في حال وجود خطر على عامة الناس. في المقابل، يريد عدد كبير من الأميركيين رفع هذا التحريم الذي يسيء للضحايا.

2 ـ حسب مهام الوسائل الإعلامية

مراقبة الأجواء: ـ بما أن معظم القوانين تتعلق بالعمل الصحفي، فضمن هذه الزمرة بديهياً تقع أغلبية البنود. فعلى الصحفي ألا يخضع لأي ضغط يرمي التأثير على انتقاء الأخبار أو عرضها سواء جاء من داخل المهنة أو من خارجها. تذهب بعض القوانين لأبعد من ذلك حيث توكل إليه بمهمة التشديد على أن تكون القضايا العامة عامة حقاً، وقرارات صادرة عن الحكّام، وسجلات جمعيات تمثيلية أو أرشيف رسمي.

إعطاء صورة عن العالم: ـ بما أن جوهر ما نعرفه عن كوكبنا يأتينا من الوسائل الإعلامية، فالصحفي ملزم بالحرص على إعطاء صورة دقيقة عنه وألا يثير الرعب من الأجناس المختلفة أو العنصرية العرقية الخ... كما عليه أن يحسّن من الصورة المتخذة تقليدياً في بلاده عن الشعوب الأخرى (متحاشياً استخدام العبارات المتداولة على سبيل المثال) وأن يدعو إلى معرفة ثقافاتهم وإلى التعاطف معها.

توفير منبر: ـ يتم الاتصال الاجتماعي الضروري للوصول إلى حالات التسوية اللازمة على هامش الوسائل الإعلامية. فلا بد أن تعرض مختلف وجهات النظر حول المسائل الكبرى الراهنة؛ حيث يطلب قانون ليتوانيا أن تطرح جعبة الآراء بأكملها؛ وعلى مختلف الفئات الاجتماعية أن تتمكن من التعبير عن نفسها وأن ترد على الأقل عندما يكونوا موضع شك، وأن يقوموا بذلك بكل صراحة: فقد كشفت الصحافة بنفسها في ليتوانيا في منتصف التسعينات أن جميع الأحزاب قد اشترت

بعد حملة انتخابية مقالات من جميع وسائل الإعلام تقريباً.

نقل الثقافة والترفيه: ـ تحققت هاتان المهمتان بالتأكيد وقبل كل شيء عبر وسائل الإعلام الترفيهية. وقد تمّ التطرق إلى كل منهما على حدة.

المبيع: ـ مضى زمن طويل ووسائل الإعلام متّهمة بالانحطاط، حيث توحي بعض العناوين العريضة بالفساد: كالإنشاء والسياحة والموضة والجمال والسيارة. والأمر ينطبق كذلك على بعض المجالات التي تعيش حصراً تقريباً من الدعاية لقطاع اقتصادي ضيق. فالقوانين إذن واضحة: فلا حذف ولا تزوير ولا اختراع أخبار لإرضاء بعض المعلنين، ولا تقديم أية خدمة لهؤلاء سواء تعلق الأمر بنشر تحقيقات صحفية لافتتاح مخزن أو لتقديم نموذج من السيارات أو لعرض أزياء أو حتى لمشهد جديد (كما في السويد). وعلى الصحفي ألا ينساق بأي شكل من الأشكال شخصياً إلى فعالية لها علاقة بالدعاية أو بالعلاقات العامة.

3 ـ حسب محتوى القواعد

قواعد خاصة ببعض الوسائل الإعلامية: ـ تتركّز معظم القوانين على الصحافة المكتوبة. فمن المستحسن أن يكون لجميع الوسائل الإعلامية كما في اليابان، من صحف يومية وإذاعة وتلفزيون عاميّن وتجاريين ومجلات ومنشورات سمعية ونشر كتب، قانونها الخاص. هناك عدد قليل من القوانين المتخصصة بالإذاعة والتلفزيون عدا ما يوجد منها في الولايات المتحدة. والسبب كما يقال أن تلك الوسائل الإعلامية بقيت رغم إطلاق الحريات في الثمانينات أكثر التزاماً بالقوانين من الصحافة.

إما إعلاميو الصحافة المرئية المسموعة المشرفون على فريقهم، فعليهم التدخل بأكثر قدر ممكن من الاستخفاء لتجنب الإساءة للحدث (كالعرض والقضايا). فهم يشجعون أحياناً وعن غير قصد على المظاهرات وعلى العنف، فلا بد إذن من تنبيه مشاهد التلفاز قبل عرض ما يمكن أن يصدمه أو عند استخدام صور من الأرشيف أو لدى إعادة تشكيل حادثة معينة. ولا بد من تعتيم وجه وصوت أي شخص يعرض على الشاشة يمكن أن يعاني حرجاً من كشف هويته.

قواعد تتعلق بقطاع إخباري: ـ اتخذت بعض الفئات من العاملين في الوسائل الإعلامية لنفسها مجموعة من القواعد الخاصة: كالصحفيين الماليين ومحرري التحقيقات الصحفية والصحفيين الكاثوليكيين ومراسلي الأخبار الرياضية والمصورين التابعين للصحافة. تشدد هذه القواعد عموماً على بعض البنود للقوانين الاعتيادية.

يتبع ذلك أن هناك ثلاثة قطاعات غالباً ما تغطّى بتوجهات عامة تكون مادة ليّنة خاصة: كالإرهاب والأحداث المنوعة والقضايا. وقد رسمت بعض الوسائل الإعلامية الكبرى لنفسها الموقف الذي ستتخذه في حال نشأت اضطرابات مدنية: كالتحفظ وبرودة الأعصاب والحذر الشديد حيال الهياج الشعبي، وتجنّب التقارير المباشرة وعدم إعاقة عمل قوى حفظ النظام.

يتوجب عدم الإشارة في نصوص الأخبار المنوعة[1] إلى

(1) يمتلك الدانمرك قانوناً خاصاً بتقرير الجرائم الصحفي، كما خصصت الصحيفة اليومية Ouest France قانوناً للأخبار المنوعة، وكرس قانون صحيفة (صوت الشمال La voix du Nord) لهذه الجرائم مكاناً واسعاً فيه.

علامات المتّهم الفارقة (كالعرق والدين والمهنة الخ. . .) التي لا علاقة لها بالقضية؛ ولا الإدلاء بأسماء الأحداث المتهمين بجرائم ولا ذكر الجنح أو الجرائم التي سبق أن ارتكبت وخاصة إذا شملها العفو، دون الحديث عن الاسترحام بالنسبة للمحكومين الذين أنهوا مدة عقوبتهم. ويجب عدم كشف هوية أقارب أو أصدقاء المتهمين وتوريطهم في الجرعة إلا عند الضرورة القصوى، وعدم مضايقة الضحايا أو مرتكبي الجرائم غير المقصودة في قضايا جنائية (بالإقناع عن مساعدة شركاء مجرم موقوف بالثار له). وعلى الصحفي أن يردد باستمرار ادعاء البراءة وهو: عدم البت بتجريم أي متّهم قبل محاكمته.

يحق لكل مواطن مدّع أن تكون قضيته عادلة دون أن يتأثر القاضي أو المحكّمون بالصحافة. هناك قوانين بريطانية صارمة جداً تنظم الأوراق الثبوتية للقضية، ولكن هذه المتطلبات تعود في العديد من البلدان إلى ضوابط المهنة. فعلى الصحفي أن يفسر جيداً المصطلحات القضائية وألا ينشر ما يمكن أن يفسد رأي محكمة ما.

قواعد خاصة ببعض البلدان: ـ ترتبط إما بالإرث الثقافي أو بدرجة التطور الاقتصادي أو حتى ببنية الوسائل الإعلامية. ففي البلدان الاسكندينافية يتعلق السكان كثيراً بحقوق الإنسان إلا في الحالات الاستثنائية التي تبررها المصلحة العامة وهي تجنّب الإشارة إلى حوادث الانتحار وعدم نشر صور لأفراد دون مطابقتها مع الكلام المنشور عنها، والامتناع عن كشف أسماء المتهمين قبل أن تبتّ المحكمة بقضيتهم. أما البلدان الأنجلوسكسونية وبسبب تزمّتها، يميل الناس فيها إلى الأمور الجنسية، وهناك قوانين في الولايات المتحدة منعت بذلك الإشارة إلى هويتها الزمنية.

يتطلب العرف الكونفوشي في اليابان الانسجام الاجتماعي

واحترام الأنساب والقدماء بشكل خاص، والالتزام بالصدق والأمانة تجاه المجموعة، فيكون العمل الصحفي بالتالي أقل عدوانية وأقل طائفية مما هو عليه في الولايات المتحدة.

كانت بعض البنود (كاتصال الجمهور بوسائل الإعلام والدفاع عن حقوق الإنسان والتعدّدية الثقافية والوسائل الإعلامية التربوية والنظام العالمي الجديد للإعلام والنضال من أجل السلم وضد الاستعمار) تميّز القوانين «الاشتراكية» التي كانت عبارة عن مجرد دعاية، وكذلك بعض النصوص التي رعتها اليونسكو في الوقت الذي كانت تلام فيه بأنها انحازت جداً للعالم الثالث وللإمبراطورية السوفيتية. وهو سبب غير كافٍ لإسقاطها كلها: إذ يوجد منها ما هو ممتاز[1].

تعتبر الآداب في البلدان الإسلامية مرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالدين. وتتأثر ضمن بعض النخب بـ «العصرنة» الغربية، ولكن البعض من أنظمتها تكون سلطوية وبالتالي معادية لحرية الصحافة وبالتالي خارج الانضباط المهني. وإن وجد قانون ما، فهو رسمي.

قواعد خاصة بالعالم الثالث: ـ توجد مناطق تطرح فيها مسائل لم تعد تعرفها (تقريباً) الأنظمة الديمقراطية الصناعية ويقتصر فيها «الانضباط المهني» للصحافة عادة على مجرد إجراء رسمي. ويكتنفها حرص شديد على الحفاظ على الأمة. فلا يجوز للصحفي المساس بالمؤسسات، وعليه احترام الدولة وعملائها وألا يسيء لأمن البلاد بزعزعة الثقة بالقوات المسلحة على سبيل المثال.

---

(1) اعتبر خبير فيني هو Juusela Pauli في مؤلفه (قوانين صحفية عن الأدبيات في البلدان الاسكندينافية الذي صدر عن جامعة تامبيريه Tampere عام 1991) أن قوانين الاتحاد السوفيتي وهنغاريا (قبل عام 1991) هي الأكثر كمالاً إلى جانب قانون فنلندا. كما تعتبر القواعد التي نشرها رجل الأعمال الثري هارست W. R. Hearst (Citizen Kane) هامة أيضاً.

تشدد القوانين على تعزيز الشعور الوطني ونبذ التحريض على النزاعات بين الطوائف العرقية أو الدينية ومكافحة التعصب والقبلية. وفي الواقع يعتبر النظام القبلي في نيجيريا مثلاً ضمن الأخلاقيات الحقيقية، أمراً مركزياً: إذ يعتبر صالحاً وعادلاً كل من يخدم مجموعته العرقية. والأمر ينطبق على الطوائف في الهند[1]، حيث توصي القوانين بالحذر من نقل أخبار الحوادث (كجرائم القتل والعصيان الخ. . .) التي يمكن أن تثير الصراعات. وهذا الحرص في الحفاظ على التناغم الاجتماعي لا يشكّل إجماعاً: إذ يرى بعضهم أن الأمر لا يعني إلا الحفاظ على نظام اجتماعي ظالم أي على نظام سياسي خانق أو نظرة متخلّفة عن العالم.

فعلى الوسائل الإعلامية أن تعبئ الطاقات من أجل التنمية؛ كأن تخدم بفاعلية المصالح والأهداف الوطنية وتربية الجماهير وتعمل من أجل العدالة الاجتماعية والتقدّم الاقتصادي، كما يتعيّن على الحياة الثقافية أن تتخلّص من شوائب الاستعمار، ولا يجوز لوسائل الإعلام الارتباط بتاتاً بنظام رأسمالي أجنبي، كما لا يجوز للصحفي أن يتلقى أية إعانة مالية.

تكون الفروقات بالضوابط المهنية مبالغاً بها أحياناً بين بلد وآخر. فيستخدم معظمها للتنويه أو أنها تعود لمسائل ثانوية، فلا يجوز لها أن توحي برفض نظام كوني منسجم ربما يتيح للصحفيين الدفاع بشكل أفضل عن حقوقهم.

4 ـ حسب فئة المهنيين

تنطبق قوانين عدة على الصحفيين ورؤسائهم على السواء. ورؤساء التحرير هم في آن واحد صحفيون وممثلون للإدارة. ويمكن

(1) راجع كوبر توماس في مؤلفه «أدبيات الاتصال والعلاقات العامة» الذي صدر في نيويورك عام 1989، في الصفحة 124 (عن نيجيريا) وفي الصفحة 147 (عن الهند).

أن يكون مالك الصحيفة في الهيئات الصغيرة هو المحرر الرئيسي. توجد بلدان توقع فيها الفئتان على القانون كما في السويد. والمطلوب من الجميع عدم تشويه الخبر لأسباب شخصية (كالطموح والانتقام) أو سلوكية (كالتخاذل أمام الضغوط) أو أيديولوجية أو مالية.

قواعد لأرباب العمل (وعملائهم) فقط: ـ قلما تناولت القوانين مسألة واجبات «وسائل الإعلام»، لسببين على الأقل هما أولاً: أن القانون العام غالباً ما يفرضها؛ والسبب الثاني هو أن قوانين عدة قد قامت بإعدادها تجمعات من الصحفيين من أجل أعضائها. والاهتمام الذي يوليه أرباب الصحافة إلى ضوابط المهنة يختلف حسب البلدان: فهو ضعيف جداً في الولايات المتحدة وقوي في البلدان النروجية. إلا أنه يستحسن أن يضربوا المثل الصالح ومن الضروري أن يتيحوا لموظفيهم باتباع ذلك.

أولاً، بدفع أجور تشجيعية تحافظ على كرامتهم واستقامتهم: ففي الهند وروسيا وأمريكا اللاتينية، لا يستطيع عدد كبير من الصحفيين العيش برواتبهم فقط؛ ولا يجوز من جهة أخرى لرؤسائهم أن يوكلوا إليهم بمهمات تعرّض سمعة المهنة للإساءة.

فيتعيّن على المسيطر على الوسائل الإعلامية أن يفصل بحزم بين مصالحه الصحفية ومصالحه التجارية. فلا يجوز له حجب أخبار معيّنة ولا أن يولي غيرها أهمية لا تستحقها لهدف سياسي ما أو دعائي أو ديماغوجي أو للدفاع عن مصالح جماعته أو مصالح أوساط الأعمال بصورة عامة. فلا يفترض به تحديداً أن يدرج جميع التحقيقات الصحفية أو أي إعلان أو أن يعد بعض المعلنين بتخصيص مساحة للنشر أو أن يجمّل الشكل العام لحدث ما أو لشركة ما مقابل اقتناء مسبق لكمية من النسخ. وعليه أخيراً أن يشعر بالمسؤولية حيال

مضامين الدعاية بالنسبة للذوق السليم، والدقة والصلاحية.

قواعد للصحفيين فقط: ـ يتعين عليهم حسب العديد من القوانين أن يبقوا على الحياد. من هذه القوانين عدم مشاركتهم بمظاهرة أو التوقيع على عرائض كما على ممتهن الصحافة أن يبقى بشكل خاص نزيهاً. فيتجنب أي «نزاع حول مصلحة» برفضه أشكال الدعم المعنوي أو المادي من هدايا وحسومات وخدمات ورحلات ودخول مجاني إلى المسارح وعمل إضافي (في المؤتمرات وتنظيم المنتديات). كما لا يجوز له أيضاً أن يتلقى مالاً بشكل جوائز تمنحها مؤسسات غير صحفية. فلا يتعين عليه بشكل أكثر عمومية أن يستخدم صفته كصحفي للحصول على أي امتياز شخصي كقيامه بالدعاية الخفية مثلاً وبالأحرى ألا يبيع قلمه[1] كما تشير بعض القوانين أو أن يخضع للابتزاز أو لإغراء المال.

يعتبر وضع الصحفيين الماليين خاصاً. فلا يجوز لهم أن يستخدموا لمصلحتهم أخباراً عن المال تلقّوها خلال نشاطاتهم قبل أن تنشر، ولا أن يحاولوا من خلال مصلحتهم الشخصية رفع أو خفض درجات البورصة بمقالاتهم. وهناك العديد من الوسائل الإعلامية تفرض عليهم أن يدلوا للإدارة بجميع عائداتهم المالية.

لا يجوز لمتهن الصحافة أن يوحي حتى بفكرة أنه يمكن أن يخضع للفساد. ومن المؤسف جداً أن يؤمن رئيس نقابة أرباب العمل الصحفي في نهاية القرن العشرين أن «الصحفيين يمكن تدبّر أمرهم إما بالحلوى أو بالمظاريف».

---

(1) كان أمراً عادياً في روسيا التسعينات أن يشتري رجل أعمال أو سياسي مقابلة صحفية.

5 ـ حسب المسؤولية المفترضة

لا يكون المرء «مسؤولاً» فقط: بل مسؤولاً تجاه أحد. وممتهن الوسائل الإعلامية يكون مسؤولاً أولاً تجاه نفسه. إذ عليه ألا يخون معتقداته وأن يرفض تنفيذ مهمة تخالف مبادئه. كما إنه مسؤول تجاه مستخدمه. فلا يجوز له مثلاً أن يكشف عن شيء من الأعمال الداخلية للشركة، بل أن يحترم القانون وألا يجلب العار للهيئة الصحافية. فلا حياته الخاصة ولا التزاماته السياسية ولا الأرقام العالية لمنحه الخارجية يجب أن تولد لدى الآخرين شكاً بنزاع سببه مصلحة. كما يجب أن يقلّ من العمل لصالح مستخدمين آخرين دون إذن مسبق وخاصة لصالح منافسين؛ دون الكلام عن الغش عبر قرص مغناطيسي أو على عملة ورقية. بل إن الصحفي مسؤول بشكل خاص تجاه أربع فرقاء:

تجاه نظرائه: ـ لا يجوز للصحفي أن يحطّ من قيمة المهنة بأي شكل من الأشكال، وعليه أن يناضل في سبيل حقوق الصحفيين وضد أية رقابة، ومن أجل الوصول للخبر الرسمي أو الخاص. وعليه أن يكون ودوداً تجاه الصحفيين الآخرين: بالامتناع عن تسبب الأذى لهم لأغراض أنانية، وألا يعرض أن يعمل بأجر زهيد وألا يتبنى أفكاراً أو معطيات أو نتاج تخص الآخرين، ويتوجب عليه أن يساعد زملاءه المحرجين وخاصة المراسلين الأجانب[1].

تجاه مصادره: ـ على الصحفي احترام مواعيد النشر المحددة بالنسبة للتحقيقات التي توزع مسبقاً، كما عليه مراعاة الدقة في كل

(1) ننوه إلى أن الوكالة الفرنسية للصحافة AFP قد طردت أثناء حرب الخليج من الاتحاد الصحفي الدولي الذي أسسه الأمريكيون.

كلمة ينقلها (وخاصة إذا وضعها بين معترضتين)، وألا يغيّر من معنى كلمة بذكرها خارج سياقها ولا تشويه بيان طويل بتلخيصه. ولا يجوز له نشر خبر أدلي إليه شريطة ألا ينشر بذكر الأسماء ولا كشف مصدر قدّم إليه وعداً بالسرية إلا استثناءً، إذا تطلبت المصلحة العامة ذلك. في المقابل لا بد له من ممارسة روح النقد لديه حيال مخبريه وألا يترك لغيره المجال لمحاججته أو تسميم أفكاره، وأن يحذر تصريحات أفراد مهزوزين أو ضعاف النفس.

تجاه الأفراد المثيرين للجدل: ـ يتوجب على الصحفي ألا يرمي اتهامات حتى وإن كانت موثقة، إن لم تخدم الصالح العام. وإذا صادف أن اتهم أو وجّه النقد لأحد فعليه أن يمنحه الفرصة للتعبير عن وجهة نظره، كما عليه ألا يرمز لأية صفة مميزة (كالجنس والاسم والجنسية والدين والمجموعة العرقية والطائفة واللغة والخيار السياسي والعمل والسكن والميول الجنسية والإعاقة الجسدية أو العقلية) إن لم تكن هذه الصفة مطابقة للواقع وألا يستخدمها للحط من قيمتها. ولا يجوز له أن يستخدم عبارات مجازية لا مبرر لها وألا يلوث سمعة أحد بالدس له. فيتوجب عموماً ألا يستخدم حق الإعلام أبداً لإزعاج أشخاص أو مجموعات جسدياً أو معنوياً أو فكرياً أو ثقافياً أو اقتصادياً إلا إذا كانت المصلحة العامة موضع خطر. فعرض مشاهد مصورة لحوادث أو لجرائم شنيعة مثلاً يجرح مشاعر أقارب الضحايا.

تجاه المنتفعين من الوسائل الإعلامية: ـ لا يجوز لمتهن الإعلام في أي حال من الأحوال أن يسبب أذى لمستخدمي الوسائل الإعلامية سواء باستخدامه أساليب روحانية لتسريب رسالة سمعية مرئية أو بنشر تقارير صحفية تمسّ المشاعر عن الاكتشافات الطبية أو الصيدلانية قادرة على تسبب مخاوف وآمال غير مبررة.

تلتزم وسائل الإعلام أيضاً بواجبات حيال المجتمع الذي تقدم له الخدمات: كعدم مساس الوجدان الأخلاقي للجمهور، واكتشاف احتياجاته وخدمة جميع الفرقاء. زد على ذلك، أنها ملتزمة أيضاً بواجبات تجاه المجتمع ككل (بالإضافة إلى احترام القوانين): بعدم إرضاء فضول الجمهور عوضاً عن خدمة مصلحته؛ وعدم نشر ما يتعرض للمؤسسة العائلية وألا يجعل من نفسه معارض قانون الغاب، وأن يناضل ضد الظلم وأن يتحدث باسم المحرومين وأن يحسّن من التعاون بين الشعوب، وألا يستخدم الخوف وسيلة لأهدافه وألا يزرع الفساد من فسق وفجور وألا يشجع على إثارة الغرائز الرخيصة وألا يمجّد الحرب والعنف والجريمة.

6 ـ حسب مرحلة العمليات

الحصول على الخبر: ـ تعتبر القاعدة الأولى بديهية وهي: عدم تلفيق الخبر. بل لا يجوز للصحفي أيضاً استخدام وسائل دنيئة للحصول على خبر أو صورة كإخفاء هويته واقتحامه لملكية خاصة وتسجيل محادثة بطرق ملتوية وإخفاء وثائق إلا إذا بررت ذلك المصلحة العامة أو انعدمت الوسائل، وعليه أن يذكر ذلك في نصه.

سبّبت المقالات الخمسة والعشرون التي نشرتها صحيفة شيكاغو سان تايمز عام 1977 بعد أن افتتحت باراً أطلقت عليه اسم «لو ميراج Le Mirage» جهزته بآلات تسجيل للكشف عن فساد مختلف الخدمات البلدية، بالعديد من حالات التسريح من العمل، ولكنها لم تمنح جائزة بوليتزر Pulitzer: وإلا لاعتبر الأمر دعوة للجنوح.

يتوجب على الصحفي الامتناع عن دفع ثمن الخبر إلى شهود على الجرائم أو إلى مجرمين، وألا يستخدم وسائل ضغط (كالكذب

والمضايقة[1] والتهديد والابتزاز). هناك بعض القوانين تطلب تجنب إجراء مقابلات صحفية مع أطفال حول قضايا تتعلق بهم. كما يجب عدم التنغيص على حياة الناس الخاصة ولا سيما حياة البسطاء منهم، خاصة إذا ألمّ بهم مصاب. ولا يجوز استغلال سذاجة أفراد لم يعتادوا التعامل مع الوسائل الإعلامية، أي تجنب السخرية منهم، ولفت نظر الشخص المطلوب لمقابلة ما لطريقة الحديث معه ولكن دون إعلامه بالأسئلة مسبقاً.

الانتقاء: ـ لا يجوز نشر فرضية كما لو كان الأمر حدثاً صريحاً، أو خبر حتى لو كان صحيحاً إن لم يكن ذا فائدة اجتماعية ويمكن أن يضر بالأفراد المشمولين به؛ ويجب إقصاء الإشاعات أي الأخبار التي لم تثبت حقيقتها وتقارير المراسلين الصحفيين أو نقلها كما هي، وتجنب «الاستطلاعات الطرقية المفاجئة» ووثائق أخرى لا قيمة لها.

يجب عدم حجب خبر (حدثاً كان أم كلاماً) نتيجة كسل (في حين يتطلب البحث والتنقيب) أو خوف (عندما يكون المصدر غير رسمي أو ألا تكون الوسائل الإعلامية الموثوقة قد تناقلته) أو ضغوط داخلية (من القسم التجاري مثلاً) أو خارجية (من معلن أو من مصدر ما) مباشرة أو غير مباشرة.

يتعين الانتقاء حصراً مهما كانت متطلبات الخبر «الذي يتردد صداه»، إذ لا بد من انتقاء المعلومات استناداً لأهميتها ولفائدتها

---

(1) أثارت قضية البابارازي Paparazzi (وهم مصورون صحفيون يلاحقون المشاهير) الكثير من الانتباه بعد الحادث المميت للأميرة ديانا عام 1997، ولكن هؤلاء الأفراد يخدمون قبل كل شيء صحافة الفضائح العائدة لقسم التسلية.

للجمهور وليس لإرضاء فضول شريحة غير مثقفة وإشباع رغبتها في التسلية. كما يجدر تجنب تجميل الأخبار المثيرة (كالجنس والجريمة).

التطرّق للخبر وعرضه: ـ يجدر التمييز بين الأسلوبين الدعائي والإنشائي وعدم خلط الوقائع بالتعليقات: ولكن لأية وسيلة إعلامية جراء هذا الفصل الحق بالتحيز لو أرادت ذلك شريطة عدم تشويه الخبر. فلكي يأتي الخبر متكاملاً ومفهوماً يجب وضع الحدث المنتشر في نص ورفده بتحليلات وشروح وآراء؛ والتحقق من أن كل ذلك ينطبق على الوقائع، وإسناده بكل وضوح لمصادره؛ كما يجب عرض العديد من وجهات النظر حول كل قضية تثير الجدل، وتخصيص صفحات وبرامج تناقش فيها المسائل الهامة.

يتوجب التحقق بدقة من المعطيات حيث لا يمكن في كل الأوقات لتصحيح بسيط أن يمحو الضرر المسبّب، كما يتعين على الصحفي أن يشير إلى مصادره وإلا عليه أن يذكر سبب استحالة ذلك، وأن ينوه إن كانت الأخبار أو الصور المطروحة غير مؤكدة. وهو ملزم بوضع عناوين وإجراء ملخصات تتلاءم ومضامين المقالات، وألا يسيء لمعنى رسائل القراء باختزالها، وإذا حدث أن جرى اقتطاع منها، فعليه الإشارة لذلك؛ وأن يعي أن الصور ليست بمنأى عن التفسير الخاطئ وألا يستخدم صوراً أو أشرطة صوتية بشكل يشوه الحقيقة.

يجب الامتناع عن إيلاء خبر ما أهمية لا يستحقها وألا يهيج حوله الأحاسيس (كاستخدام لهجة مبالغ بها أو صور مثيرة) وخاصة إذا تضمّن أعمال عنف؛ وأن يتجنب الوصف اللاذع غير المبرر لا سيما في وصف حكم بالإعدام أو حوادث وأفعال شرسة يمكن أن تسبب صدمة للصغار.

ما بعد النشر: ـ يؤخذ حق الرد في فرنسا وفي البلدان اللاتينية عن طريق القانون. مثل هذا الإلزام يكفي في البلدان الأنجلوسكسونية احتجاجاً عارماً، بل إن القوانين الأمريكية توصي بشدة بمنح هذا الحق طوعياً. وفي حال رفعت شكوى سيوجب هذا الحق إجراء تحقيق سريع وإذا وقع الخطأ سيلزم الأمر نشر تصحيح وتقديم اعتذارات. زد على ذلك، أنه يتوجب على الوسيلة الإعلامية الاعتراف الصريح بأخطائها وبشكل واضح للعيان[1].

كانت معظم الأرقام التي وردت أثناء حرب الخليج خاطئة (مثال: أعلن عن 547000 جندي عراقي في بداية الحرب وعن 183000 فيما بعدها، وعن إصابة صاروخ سكود واحد من أصل عشرة بصواريخ باتريوت وليس إصابة معظم الصواريخ تقريباً). وقد اعترف عدد ضئيل جداً من الصحف اليومية والمتلفزة بذلك وقدموا اعتذاراتهم.

II - قوانين وسائل الإعلام الترفيهية

يطلب معظم مستخدمي الوسائل الإعلامية إليها أن توفر لهم أولاً مادة مسلّية. فمن الطبيعي إذن أن تستهدف بعض الانتقادات الأساسية الموجهة لوسائل الإعلام الترفيه. فهي متهمة بأنها تتصرف كما لو كانت مخدرات مهيّجة أو مثبطة وبأنها تحرّك الجماهير لحساب أصحاب النفوذ.

عمل صحفي ومادة ترفيهية: ـ لا يعتبر التمييز بين الاثنين

(1) حدث أن صححّت صحيفة نيويورك تايمز في أعلى الصفحة وفي مكان بارز من صفحاتها أخطاء وردت في أحد عامودي مقال، في العدد (13/ 7/ 1987).

وإن كان ضرورياً، مطلقاً، فالاتجاه التجاري لوسائل الإعلام يدفع إلى إفساد الخبر بالاستعراض التجاري. فقد ازداد الالتباس في فرنسا من حيثية أن الفرد ذاته يمكن أن يعمل في المجالين أي كصحفي ومروّج في آن واحد.

غالباً ما يكون هناك تنافس، حيث ينحصر قسم كبير من الأخبار المنوعة في قسم الترفيه، وعدد الأفلام والمسلسلات التي تستخلص منها المعرفة كبير أيضاً؛ فلا يمكن للضوابط المهنية أن تكون متماثلة في القطاعين. فغياب الدقة على سبيل المثال والحوارات المختلفة والخلط بالشخصيات والأحداث الحقيقية والوهمية والدفاع عن قضية ما: كل ذلك مقبول في دراما تاريخية ولا يسمح به في تقرير عن بيان إخباري. وفي الواقع تعود بعض الأضرار الظاهرة في قوانين العمل الصحفي إلى الخلط بين الأخبار (المفيدة والهامة) وبين التسلية السارة أو المزعجة).

لا توجد قوانين من صنع «المروّجين». ويمكن للمرء أن يعجب لذلك، لأن العاملين في الدعاية والملحقين بالصحافة اتخذوا لأنفسهم قانوناً، ناهيك عن الصيادلة أو المهندسين. ما هي الأسباب؟ لأن المتهنين والمنتجات أصبحوا دون شك في غاية التنوع. فكيف يمكن تطبيق نفس القواعد (التي تختلف عن الخطابات السطحية) على وسائل إعلامية موجهة لجمهور عريض ووسائل إعلامية متخصصة (كمحطة فرنسا الثانية مثلاً وقناة أرضية مغمورة وRTL ومجلة شهرية مبتذلة)؟ لذلك أعدّ مستخدمو المروّجين عدداً كبيراً من القوانين وافق عليها هؤلاء إلى حد ما.

أما في قطاع الترفيه فلا تختلف الضوابط المهنية تماماً: حيث نجد معطيات متشابهة كالعنصرية على سبيل المثال، والدعوة للعنف

الشديد أو المجاني. وهناك علاوة على ذلك شيء من الوفاق: كوجود قواعد متشابهة في قوانين بعض البلدان كما في «دفاتر العروض» في فرنسا، وفي الأسلوب التقليدي لإذاعة BBC البريطانية، حيث اتفق على إدانة الغش في اللعب والإثارة والفحش والحضّ على تعاطي الخمور الخ...

تستلهم الضوابط المهنية أيضاً ورغم ذلك، قيماً تخصّ الثقافة المحيطة بها. والمرء يدرك الفرق بمقارنة القوانين أو أساليب استخدامها، وخاصة في ردّ فعل بعض البلدان على ثقافة الشعوب الغربية والأمريكية تحديداً. ففي المملكة العربية السعودية يعرض القليل من المسلسلات الهوليوودية الخالية من «الفحشاء» ونادراً ما يعرض التلفزيون المحلي من المرأة أكثر من يديها.

قوانين الولايات المتحدة: ـ غالباً ما تثير القوانين التي تضعها وسائل الإعلام الترفيهية في الولايات المتحدة حيث يكون الأمر الرسمي دائماً أقل حزماً منه في أوربا، مشاكل تحلّ في أماكن أخرى عن طريق القانون: كتحديد زمن أقصى للدعاية في الساعة، وحظر الإعلان للخمور أو للأدوية أو للألعاب النارية (حسب قانون نقابة أرباب وسائل الإعلام NAB) أو لتوقعات الأبراج أو للمراهنة أو لقطع الوعود الكاذبة وللتصريحات التي يطلقها مدّعو الطبابة.

يعتبر ما يلي مجموعة مختصرة للعديد من القوانين القديمة للولايات المتحدة لا بل المتخلّفة. هناك أولاً قانون هيز Hays الذي فرضته هوليوود على نفسها بين الثلاثينات والستينات من القرن العشرين بضغط من الطوائف الكاثوليكية والبروتستانتية المحافظة. فقد كانت أكثر القوانين النادرة بدقتها وفرض احترامها، لأنها كانت

تتضمن فرض عقوبة حقيقية[1]. أما الثاني فهو قانون حسن السلوك الصادر عن نقابة أرباب وسائل الإعلام NAB الذي طبّق عام 1929 وعدّل فيما بعد، ثم أعلنت المحاكم عام 1982 أنه مخالف للقوانين المتفق عليها. واستبدل أخيراً عام 1990 بإعلان عام للمبادئ. ثم أوحى لظهور القواعد الخاصة بأعمال الانترنت أو بالعديد من المحطات، كما أوحى بشكل خاص بأساليب استخدام الصناعة السمعية البصرية. أما المصدر الثالث المستخدم فهو قانون داخلي CBS، أي عمل إذاعي تلفزيوني ضخم يتم عبر الانترنت.

طرح قانون هوليوود في مقدمته أن السينما «يمكن أن تكون مسؤولة مباشرة عن التقدم الروحي والأخلاقي وعن أشكال أكثر رفعة للحياة الاجتماعية وعن فكر أكثر صحة». كما وضّح في مكان آخر منه أن «أية تسلية رفيعة الأوصاف تنهض بمستوى الأمة بأكملها»، منوّهاً إلى أن الفن السابع وعلى عكس غيره من الفنون (وخاصة الكتاب أو المسرح) يتوجه إلى جميع طبقات الشعب من شبّان ومسنّين وسكان مدن وقرى، ومثقفين ومتخلّفين ثقافياً.

1 ـ القانون السابق لمحطة الإذاعة والتلفزيون الأمريكية: ـ يعرض قانون نقابة أرباب الوسائل الإعلامية NAB أن مصلحة التلفزيون تقتضي التحديث والحث على الإبداع والتطرّق لمسائل أخلاقية واجتماعية كبرى. كما أن واجبه لا يستدعي أن يكون فقط مرآةً للنظام السائد بل أن يظهر حيوية التغيير، وبالتالي عليه أن يقدّم مجموعة واسعة من البرامج لا سيما الثقافية والتربوية؛ ويتحمل

(1) كان أي فيلم يتعرض لسوء التوزيع إن لم يكن ممهوراً بخاتم الجمعية الأمريكية للصورة المتحركة (Motion Picture Association of America MPAA) للتصديق على احترامه للقانون.

مقدّمو البرامج الإذاعية والتلفزيونية مسؤولية خاصة تجاه الأطفال.

لا بد للترفيه الإعلامي أن يعلي من شأن كرامة الناس والأخوّة فيما بينهم ومن قيمة الحياة الإنسانية ومن مراعاة الحقوق والحساسيات المختلفة. ويتوجب عليه تبجيل عادات أي مجتمع متحضر وأن يتجنب جميع العبارات التي تحضّ على الازدراء بسبب العرق أو الدين أو الجنسية أو الإعاقة إلا لإدانة استخدامها. كما لا يجوز له أن يهاجم أو يسخر من الدين ومن الكنائس وألا يثير الغرائز الرخيصة ولا أن يدعو لتصديق معتقد معين، كالحض على الإيمان بقراءة الغيب أو بالفلك سواء عبر برنامج أو بقبول الإعلان[1] لذلك.

لا بد لمحطة التلفزيون أن تدرك أنها تدخل إلى البيوت وأن جمهورها أُسَري، فأي إسفاف أو كلام بذيء يعتبر أمراً مرفوضاً. ولا تعرض أية فكرة خيالية كما لو كان الأمر يعني أحداثاً حقيقية. فتحذف الأهوال غير المبررة (لا سيما عندما تخضع لها حيوانات) وأية ظاهرة غير طبيعية يمكن أن تسبب الرعب.

يتعين على التلفزيون أن يتحرى احتياجات ورغبات المجتمع لكي يقدم أفضل ما عنده من خدمات، وأن يتكفل باحتياجات الأطفال (من تربية وثقافة وأخلاق) وأن يساهم في تنمية شخصيتهم. كما عليه أن يستنهض احترام السلوكيات الجليلة تجاه الزواج والأسرة والأولياء وتجاه مؤسسات الدولة. ولا يجوز له أن يشجع على استخدام المخدرات (بما فيها السجائر)؛ وألا يظهر عملية الانتحار

---

(1) ساهمت إعلانات المحتالين قديماً في فرنسا بعدم إيلاء اهتمام بالدعاية. ومع ذلك لا تزال محطة الإذاعة والتلفزيون موافقة على إعلانات المنجمين.

كحل من الحلول. ولا بد للأفعال الجنسية أن تذكر بتحفّظ وإذا تطلب سياق النص ذلك فحسب.

كما يتوجب إلا تسبب الثياب التي يرتديها الممثلون وحركاتهم وزوايا العدسة التي تصورهم خدشاً للحياء. فالعري ممنوع حتى بالشكل الظليل، كما لا تجوز الإشارة للمؤثرات الجنسية، وتحظر الفاحشة وكذلك أي تعبير سوقيّ أو نابٍ.

يجب على التلفزيون الامتناع عن التشجيع على لعب القمار عبر البرامج أو الدعايات. أما ألعابه الخاصة به فيتعين أن تكون مجرّدة من أي غش يرمي إلى التسبب بالربح لشخص دون آخر. وألاّ يسخر من القانون، ولن يقدّم ضمن يوم مستحب مشاعر الجشع والأنانية أو الشراسة، ولا يشار إلى الجريمة كأمر فاعل ومبرر أو مربح، ولا يبالغ في عرض استخدام الأسلحة النارية كما لا تُشرح الوسائل التي يتّبعها المجرمون.

III - تفسير وتطبيق القوانين

إنهما المسألتان المطروحتان للحل بعد أن يتم تبنّي قانون ما. فقواعده دائماً مبهمة وليست مطلقة بتاتاً، وضوابطه المهنية تنقسم إلى مستويين: الأساسي واليومي. فلا بد من أن يكون دور وسائل الإعلام في المجتمع ثابتاً ومدروساً ومندمجاً باستمرار، وهناك يومياً آلاف القرارات الصغيرة التي لا بد للمخبرين ورؤساء التحرير أن يتخذوها بسرعة. فليس هناك من قانون يمكن أن يستبق جميع الحالات، إذ غالباً ما يلزم تبنيه الإدراك الحسي أو «الحس الأخلاقي» الناشئ عن التفكير. فلا هذا ولا ذاك في كل الأحوال، يمكن لهما الإفلات من العرف السياسي والديني للبلاد وأحياناً

الألفي كالنظام القبلي في أفريقيا السوداء أو الإقطاعي في الصين.

أما بالنسبة للولايات المتحدة، وهو رد خطير، فيدور النقاش فيها حول معرفة ما إذا كان يتوجب ذكر اسم ضحايا الاغتصاب؛ فقد افترض حلّ بسيط هو أن يسأل الشخص المعني عن رأيه؛ إذ يصعب أحياناً التمييز: بين التغنّي بجمال قرية ما وإخفاء نفاياتها؛ وبين تقدير تأسيس مركز جديد للاجتماعات والخضوع للناشر المساهم في تأسيسه؛ وبين احترام عادات الجمهور والدفاع عن التميز العنصري.

تستدعي القوانين إذن مهما كانت مفيدة متمماً لها هو: التأهيل الانضباطي للصحفيين. فالشبان منهم يحتاجون لأن يتيقّظ وجدانهم وأن يدعوا لقراءة القوانين ثم لأن يدرّبوا على حل المشاكل اليومية. وهم بحاجة بعد ذلك إلى التجربة على أرض الواقع لتفسير القوانين وتطبيقها على موقف معين. فالقانون يساعد على اتخاذ قرارات في الحالة الملحة استناداً إلى حكمةٍ جماعية ناجمة عن سجالات طويلة. بل من الممكن أن يصل ممتهنّ ما إلى قرارٍ معارضٍ لقرار زميله «المسؤول» عنه مثله.

وهكذا عندما عادت فتاة صغيرة من بلدة صغيرة في الولايات المتحدة وهي مشوهة بشكل مخيف جراء حريق بعد أن خضعت لعلاجات طويلة، نشرت صحيفة ما صورتها وامتنعت أخرى عن ذلك. فقد رأت الأولى أنه يتوجب الاعتياد على رؤية مثل ذلك المشهد كي تتمكن الطفلة من الانخراط من جديد في مجتمعها؛ وآثرت الصحيفة الأخرى ألا تسبب الاشمئزاز لقرائها.

هذا ويتوجب على الصحفي أو بالأحرى لمسؤول التحرير أن يشطب دونما إثارة شائعات أيديولوجية لاتقاء انتقادات قسم من الجمهور.

الفصل الثاني
الثغرات

تحظر القوانين الكثير وتوصي بالقليل، لا شك لأن التوافق حول الأخطاء التي يجب تجنبها أكثر سهولة من الاتفاق على الفضائل التي يجب ممارستها. ولكن سلوك الردع لا يكفي. نقدّم في هذا الفصل سلوكيات مستحبة[1] نادراً ما يوصى بها في القوانين، مستوحاة من الانتقادات العديدة التي وجّهها ممتهنون وجامعيون بأشكال مختلفة إلى وسائل الإعلام منذ سنوات طويلة.

معرفة الذات ومعرفة ميدانها: ـ لا بد للصحفي أن يكون مدركاً لوضعه ولما يغايره: رجل أم امرأة، أبيض أم أسود، شاب أم عجوز الخ... إذ تأتي معظم الأخطاء التي ترتكب من جهل المرء لطبيعته الخاصة ولحدودها؛ ويمكن للانضباط المهني في حد معيّن، أن يتحول إلى حالة استدراك ذلك.

تغفل القوانين أن تركّز على الصحفي الذي يكتفي بالغوص في

(1) قمت بنفسي بنشر جوهر هذا الفصل في عشرين مجلة تقريباً وبأكثر من خمس عشرة لغة وفي جميع أنحاء المعمورة، إذ يبدو أن هناك اهتماماً بهذه المسائل.

«ملف صحافي» يوفره قسم خدمي من العلاقات العامة. فهي لا تأمره بالتحضير المسبق لموضوعه (كإجراء تقرير أو مقابلة)، وبالعودة إلى الأرشيف (كبنوك المعطيات) وأن يستمزج رأي الخبراء.

ناهيك عن استعداده للمواقف الصعبة كالأعمال الإرهابية. فما كان للإرهاب أن يكون لولا وسائل الإعلام: فهو يهدف لأن يجعل منها أبواقاً لنشر أخبار المجموعات الظلامية. فهل يتوجب التعتيم عليها أم الانحناء لضرورات الأحكام؟ فالارتجال غير وارد، إذ يجب قراءة الدراسات والسجالات التي كرّست لهذه المسألة.

يستحسن أن يحوز الصحفي على معارف عامة متينة ومعرفة خاصة: وقد جعلت لجنة هوتشنز Hutchins من ذلك توصية عظمى. فنقص الكفاءة يتجلى في أشكال مختلفة منها: استخدام عبارات دون تحديدها واستعمال الإحصائيات من جهتها المعاكسة واختصار أسئلة معقّدة وعرض فرضيات على أنها وقائع صحيحة واللجوء إلى التعميم انطلاقاً من بعض الأمثلة، واستخلاص نتائج غير مثبتة. والقليل من القوانين يوصي بالتمتع بآفاق نيّرة في ميادين كالعلوم أو الحقوق أو التعليم أو الصناعة أو حتى في اللغات بالنسبة للمراسلين في البلدان الأجنبية. وإننا نأسف أحياناً للجهل الذي يمكن للصحفيين أن يقعوا فيه في مادة الاقتصاد، بل إن أخطاءهم يمكن أن تكون متنوعة جداً: فهي سياسية على سبيل المثال عندما يتعلق الأمر بانتخابات في الولايات المتحدة وعسكرية وثقافية عندما نشبت حرب الخليج.

أدلت وسائل الإعلام منذ بضع سنوات بمعلومات جنونية عن وباء للطاعون انتشر في الهند، مع الإشارة إلى الطاعون الأسود الذي حدث في العصور الوسطى (وكان عدد وفياته خمساً وعشرين مليون نسمة في القرن الرابع عشر) غافلة عن التنويه إلى أن الطاعون أولاً وباء مستشرٍ في الهند

وأنه ثانياً، سهل الشفاء في عصرنا هذا؛ فقد كانت حصيلته أقل من مئة حالة وفاة في تلك البلاد.

هناك مثال آخر متداول هو: التطرّق للمؤسسات الأوربية. فقد اتّهم صحفيون عام 1992 اللجنة الأوربية (التي كانوا يعتقدونها ذات سيادة) بمنع تصدير الأجبان المصنوعة بالحليب النيئ (وهو جزء ضئيل من الإنتاج الفرنسي) في الوقت الذي كانت تلغي فيه التشريعات الأجنبية التي تعيق استيرادها.

وأخيراً تمتنع القوانين عن طرح إلزام الصحفيين بأن يتقنوا لغتهم الأصلية كأمر جوهري، وأن يعرفوا ثقافتهم الخاصة. مما لا ينطبق على فرنسا حتى في الصحافة المكتوبة الراقية.

أسلوب تقليدي ومحافظ ورتيب: ـ تشكل العادات والتقاليد الصحفية عقبة كبرى أمام الانضباط المهني. فالتكاسل والتسيّب البيروقراطي ونقص الإبداع تولد الرتابة، حيث تغطّى الأقسام ذاتها وتتّبع الشكليات نفسها، وتنشر التقارير ويستشار نفس من يقال إنهم أخصائيون. وقلما يرجع إلى مصادر ممتازة بل غامضة أي: إلى مجلات اختصاصية وخبراء متكتمين.

يمارس «الاقتناص الصحفي»: فالموضوع لا يعتبر جديراً بالاهتمام إلا إذا تناقلته وكالة أنباء كبرى أو الصحفية اليومية الرئيسية، وبالتالي يكون أفضل ما تردده الألسن، حتى إن لم يكن حديثاً أو هاماً، ولا يتحدث أحد إلا عن ذاك الموضوع(1) خلال يوم أو أسبوع أو أكثر، وتغفل أو تهمل مواضيع عدة أكثر أهمية.

---

(1) يكون الموضوع أسوأ ما يكتب في حال كان الهجوم على الخبر فردياً: فقد أشير في الولايات المتحدة إلى أن هياج أسماك القرش مردّه إلى طعم الدم (Feeding frenzy).

مضت سنوات عديدة وجميع وسائل الإعلام تولي تغطية استثنائية لمرض الإيدز إلى جانب نشرات وأعداد خاصة، ولا تنشر بالمقابل أو قلما تتطرق إلى كتابة مقالات ونشرات حول الأسباب الرئيسية، المباشرة أو غير المباشرة للموت في فرنسا: كالإدمان على الكحول وعلى التبغ. فإذا كان الإيدز يقتل مئة ألف نسمة في العام فماذا يمكن أن نفهم من وسائل الإعلام؟ إنه عدد الوفيات التي تسببّت بها الكحول والتبغ. وإذا كان عدد إيجابيي المصل لفيروس الإيدز خمسمائة مليون من البشر؟ سيكون هو عدد الأفراد المصابين بالملاريا التي تقتل في أفريقيا من البشر ثلاثة أضعاف ما يقتل الإيدز. ناهيك عن مرض النوم[1] وداء التدرن الرئوي (السل).

فكر واحد: ـ إن لم تنشر وسائل الإعلام إلا أنظار فئة قليلة العدد والأخلاق ستكون هناك ديكتاتورية وبالتالي فناء تام؛ فقد دلّ النازيون والسوفييت بشكل محزن على ذلك. كما ستحدث أزمة حتى في النظام الديمقراطي عندما تقرّظ الوسائل الإعلامية بشكل مبالغ به أيديولوجية[2] معينّة أو تفرط بجعل نفسها بطلة النظام السائد. فترفع الوسائل الإعلامية التجارية لواء الاستقرار الاجتماعي والتحرر الاقتصادي. أما الوسائل الإعلامية العامة فتضع نفسها مادةً في خدمة الحكومة.

يستشير أعضاء «المنتديات الصحفية» اليابانية، وهي مجموعات من الصحفيين المقربين من أصحاب القرار الكبار، بعضهم بعضاً قبل النشر تفادياً لطرح أسئلة محرجة ولكي يقوم الجميع بعد ذلك ببيان مشترك: وهو

---

(1) تبلغ نسبة الوفيات بهذا المرض في زائير فقط 200000 نسمة.

(2) بنقل تصريحات أشخاص على سبيل المثال أمثال السيناتور جو مكارفي، أكبر «صياد للساحرات» في الخمسينات من القرن الماضي دون التحقق منها، أو بالإقناع عن كشف دعم الولايات المتحدة لجميع الأنظمة الفاشية في العالم بعد عام 1945.

أثر مؤسف للتقليد الكونفوشي. وكانت الوسائل الإعلامية في وسط آخر أي في الولايات المتحدة، وفي الخمسينات من القرن الماضي تقوم بالدعوة لمذهب الموالاة لأغلبية بيضاء محافظة. وقد تمرّدت المجموعات المبعدة في السنوات العشر التالية وكان التمرّد عنيفاً أحياناً: كشعب الزنوج والطلاب والايبريين والهنود الحمر والمستهلكين والنساء وحماة البيئة والمثليين الجنسيين والمعوقين الخ...

رهبة الحداثة: ـ هناك دور لوسائل الإعلام هو أيضاً إدراج دلائل أو أساليب أو نتاجات حديثة للعمل جرّاء ذلك على التغيير وعلى الإبداع. إلا أنها تخشى عموماً الأفكار الجديدة غير الموالية أو المتطرفة. فلم تؤدِّ نزعتها التجارية المتصاعدة إلا إلى إبراز ميلها نحو نشر ثقافة أغلبية تقليدية وباهتة وقاسية. فهي لا تحجب: بل توارب. ونادراً ما تسمع أصوات غير موالية قادرة على الإدلاء بمعطيات وبوجهات نظر مختلفة عن القاعدة المألوفة.

لقد كان محزناً في الستينات أن نرى الناشرين الأمريكيين الذين يميلون عادة إلى إطلاق حرية الصحافة يهللون لتقييد حرية صحف معارضين شبان. فقد كانت قاعدة «متوافق سياسياً واجتماعياً»[1] أقدم مما كان يعتقد بكثير.

لا تثار كثيراً في عالم الصحافة الصغير مشكلة الاعتياد التقليدي، بل يستمر العمل في تقديس «المنظور العام» والتقرير المباشر في حين تتكشّف أخطاء وعثرات عديدة من النهج المتهور.

هناك أكثر من دزينة من الأساليب المؤسفة التي لا تهتم لها القوانين كثيراً. يعود بعضها إلى انتقاء الخبر والأخرى لطريقة عرضه.

---

(1) شعار يساري استخدمته أقليات مناضلة، يهدف إلى منع استخدام كلمات ومصطلحات تعتبر (بالنسبة لها) معادية لهذه الأقلية.

زد على أن هناك أدواراً يتعين على وسائل الإعلام أن تلعبها بمزيد من العزم في المجتمع.

I - جمع الأخبار وفرزها

لا بد لقادة الوسائل الإعلامية أن يهتموا وهم يحدّدون سياستهم الإعلامية، بزبائنهم وليس فقط بالعاملين لديهم أو بالمعلنين وبمصادرهم الإعلامية، بل بجميع أولئك الأفراد أو المجموعات التي يمكن لمصيرها أن يتأثر بها. لا يظهر ذلك في القوانين بينما يلاحظ خارج قطاع الوسائل الإعلامية، كسب متنامٍ للشركات التي تعنى بذلك.

تقدم وسائل الإعلام تقليدياً أحداثاً منوعة وأخباراً سياسية توفرها في جزء كبير منها جهات رسمية، حيث تشير إلى القضايا المتعلقة بالموالاة أو بالمعارضة المعترف بها (كاليسار واليمين مثلاً)، وتوارب المهمشين أو تسخر منهم، فقد رأينا ذلك عند نشأة الحركة النسائية في الستينات والسبعينات. فمن واجب وسائل الإعلام أن تهدف إلى إعطاء بانوراما كاملة عن الوضع الراهن المحلي والوطني والدولي الذي غالباً ما يتألف من مشاكل تطلب حلاً أكثر من كونها حركات وحوادث.

المواربة: ـ يعتبر حجب الأخبار أسوأ خطيئة لوسائل الإعلام. ربما يكمن السبب في طبيعة الوسيلة الإعلامية أو في شح الموارد أو في رفض أرباب العمل تخصيص النفقات اللازمة. بل لحجب الأخبار أسباب أخرى. فقد تناقص التطرّق لبعض المواضيع أو أسيء تناولها بسبب المقولات القديمة عنها أو تحريمها، وكذلك مواضيع أصحاب الوسائل الإعلامية أو المعلنين (الذين

لا يميلون كثيراً إلى الدفاع عن المستهلكين على سبيل المثال) أو مواضيع الشبان المثقفين الذين تغصّ بهم قاعات التحرير[1] أو مواضيع الطبقة الأكثر ثراءً من الجمهور أو من غالبية السكان.

لم تقم وسائل الإعلام في فرنسا بالتحقيق حول تمويل الحملات الانتخابية التي جرت بين الستينات والثمانينات، ولا حول الفساد أو استخدام المنشطات في رياضة المحترفين ولا حول النشاطات المذهلة لصندوق الدين لمدينة ليون[2]. فلا بد للممرضات وللفلاحين والمعلمين وحتى لرجال الشرطة أن يكتسحوا الطرقات كي تسمع احتجاجاتهم.

ففي أي بلد من بلدان الغرب دار الحديث عن التطرق لمشاكل النساء في معظم البلدان الإسلامية (ولا سيما عن الختان في أفريقيا)؟ أو عن العادة السرية في مكان آخر غير جنوب أفريقيا؟ هل أرسل مبعوثون أخصائيون على عجل إلى تيمور بين الأعوام 1975 و1995؟ وهل أثير موضوع القتل الجماعي للمسيحيين والنشطاء في السودان؟ لقد كرّست فضائية الـ ABC في الولايات المتحدة خلال السنوات الأربع التي تولى فيها الخمير الحمر السلطة في كمبوديا وقتلوا ما ينوف عن مليون نسمة، لهذا البلد اثنتي عشرة دقيقة وكرست الـ NBC ثمان عشرة دقيقة ومحطة الـ CBS تسعاً وعشرين.

فرض التقليد قديماً في اليابان ألا يتحدث أحد عن الإمبراطور وعن الكوريين ومذابح الصينيين خلال الحرب وعن البراخايين (المحصنين) أو عن الجاكوسا (المافيا). تشكل هذه المحظورات بالنسبة لأي مراقب ياباني «قانوناً ضمنياً في الانضباط المهني».

---

(1) الذين قلّ ما تطرقوا إلى عمليات الاغتصاب والعنف الزوجي على سبيل المثال قبل أن ترتفع نسبة النساء العاملات في قاعات التحرير.

(2) بما فيها عدة مليارات قدمت كقروض إلى هيئة صحافية كبرى.

أشباه الأخبار: ـ تصنّع كمية كبيرة من «الأخبار» على يد المستفيدين منها: يمتاز بعضها بالإعداد المسبق الجيد والتنسيق الذي يلائم ظهورها في وسائل الإعلام. فالإعلان الموشّى بالإعلام سهل الاكتشاف في الصحافة المكتوبة، وكذلك التطبيل حول بعض الكتب والعروض في الصحف المتلفزة أو في برامج المنوعات. أما التقارير أو أشرطة الفيديو التي يوفرها المراسلون الصحفيون فهي أقل ظهوراً للعيان وتنشر دونما تعديل، ناهيك عن المقال الذي يقوم به صحفي بعد أن تقدم له منحة أو أي دعم آخر.

يختلف في ذلك التقرير حول شبه حدث تمّ إخراجه لجذب وسائل الإعلام: كمؤتمر صحافي رئاسي أو مظاهرة شعبية على سبيل المثال. وهناك أخيراً الأحداث التي تصنّعها وسائل الإعلام بذاتها: كفضيحة صغيرة ضخّمها أولئك المدعوون «صحفيي تحقيق» أو ملاحقة المشاهير كقضية البابارازي. لا يستبعد أن يكون لهذا النوع من الأخبار أهمية معينة ولكن يلزمها غربلة وإسناد إلى مصادر، فلا بد للمطّلعين عليها أن يعرفوا مصدرها وطبيعتها.

الخلط بين الإعلام والترفيه: ـ هناك صفة مميزة مؤسفة للجدال حول الانضباط المهني هو حجب الترفيه. يعتبر ذلك من الخطورة بحيث لا يزال حد الفصل بين إعلام وترفيه موضوعاً محتدماً حتى يومنا هذا. فوسائل الإعلام تعاني من نقص في تقييم الأولويات، إذ يفترض بها أن تجيد التمييز بين الأخبار المسلية والأخرى الهامة[1]. وأن تفضّل منها ما يمكن أن يؤثر في حياة طائفة

(1) في الوقت الذي دفعت فيه النزعة التجارية في التسعينات بالصحف اليومية الراقية في الولايات المتحدة إلى الاتجاه نحو المواضيع الجنسية قدمت عروض حية ووثائق حوّلت إلى روايات على شاشة التلفزيون.

اجتماعية معينة أو مجتمع بلد معين أو حياة الإنسانية جمعاء.

أي رأي علينا أن نبديه إزاء الاستبيان السنوي لمدراء الصحف اليومية في الولايات المتحدة عندما يعلنون أن الحدث الأعظم لعام 1994 بالنسبة لهم. كان قضية و. ج. سمبسون[1]؟ في الفترة التي جرت فيها مذابح رواندا. كما ركّزت وسائل الإعلام ذاتها خلال عام 1998 بطوله، اهتمامها على التحقيق المتعلق بالعلاقة القصيرة التي ربطت مونيكا لوينسكي بالرئيس كلينتون في فترة تضاعفت فيها الأزمات في العالم أجمع.

تحتاج كل وسيلة إعلامية بالتأكيد إلى احترام رأي مستمعيها: حيث يرغب الجمهور النخبوي بمعطيات مفيدة ولكن الطبقة الشعبية منه تحب «الأقاصيص» الفكاهية. بل هناك وسائل إعلامية تخلط الاثنين معاً دونما قصد. فالترفيه الإعلامي غير مزدرٍ بتاتاً، بل عليه ألا يباعد الخبر الحقيقي أو ينقص من شأنه وأن يتبوّأ مكاناً بارزاً.

يستند عدد كبير من الملاحظات الموجهة إلى وسائل الإعلام الإخبارية (لإثارتها الانفعالات والمبالغة في تهويل الأحداث أو نشرها أحياناً لخبر وهمي خالص) إلى المهمة الترفيهية لتلك الوسائل حيث يفترض أن ينظر إليها وفقاً لمعايير مختلفة. فهي انتقادات معروفة منذ اختراع الطباعة يؤيدها الناس وتأثيرها ضعيف لأن المطلعين على الوسائل الإعلامية ليسوا أغبياء.

يصعب على الصحفيين قبول كونهم جزئياً مصدر تسلية للعامة لمجرد أن مستخدمي الصحافة «المتفرّجين على الأحداث» يتعاملون مع جزء كبير من الخبر على أنه تسلية صرفة. وعلينا ألا نعني بذلك فقط الخلوات الجنسية لمرشح على الرئاسة أو حالة طلاق في البلاط البريطاني، بل يجب أن نعني أيضاً النتائج

(1) نجم سابق في «كرة القدم» الأمريكية متهم بقتل زوجته السابقة وعشيقها.

الرياضية أو فيضان بعيد أو حادثة طائرة أو هجوم على مصرف أو حتى بعض الحروب، على أن تكون بعيدة الوقوع.

السطحية والاختصار: ـ لا تأخذ معظم الوسائل الإعلامية تعقيد الواقع بعين الاعتبار. فهي تعتقد أنها مضطرة للسرعة وللإمتاع، وبالتالي للاختصار. مما يفسّر الإفراط باستخدام العبارات المكررة والفرز إلى صالح وطالح وتحويل الظواهر إلى أفراد حقيقيين والحديث إلى جملة. وتقدم تلك الوسائل بهذه الطريقة صوراً ناقصةً وغالباً مشوهةً عن المجتمع وعن العالم يمكن أن تولد مشاعر وسلوكيات محزنة.

غالباً ما تعرض وسائل الإعلام فسيفساء عقيمة من الأحداث الصغيرة وكان حرياً بها «شرح آليات العالم المعاصر ونقل الأحداث اليومية إلى لعبة القوى الدفينة التي تحدد مصير المجتمع، وكشف المؤشرات المنذرة بتغيّرات جوهرية في جميع الميادين»[1]. فالتلفزيون يبدو بشكل خاص، أنه لا يهتم لأي خبر إلا إذا كان مرفقاً بصور: والأمر ينطبق كذلك على عرض القضايا والتطورات، إذ نادراً ما تتوفر لها صور إيضاحية سهلة.

فمن المفيد أن تهدأ الحركة المذعورة للصحفيين الذين يحاولون أن يكونوا السبّاقين أكثر من أن يكونوا الأفضل لدرجة أنهم يصنّعون الحدث أحياناً. وقد رأينا الكثير من التجاوزات في ذلك في حرب الخليج. فبعد أن يقوموا بتضخيم قضية لدرجة كبيرة (غير موجودة أحياناً)[2] يهملونها للقفز إلى واحدة أخرى. والقليل من القوانين

---

(1) قانون صحيفة جنيف لعام 1971.

(2) كما حصل عام 1985 في نشر خبر اختفاء مزعوم كل عام لآلاف الأطفال في الولايات المتحدة.

يطالب بالمتابعة أي بالاهتمام بتبعات حدث جرى الحديث عنه.

ومن الجدير بالذكر أن تبحث وسائل الإعلام عن الواقع المغطى بالمظاهر. فالقوانين لا تشير إلى ضرورة أن يصحّح الصحفي ما يؤكده الأشخاص الذين ينقل عنهم الكلام أو أن يصرّح عن جهود مصادره[1] في مفاوضته ليجعل تنميق الخبر لحسابها وللدعاية لها. وعلى كل، نادراً جداً ما يثير الصحفي رأياً متفقاً عليه. فقد برهنت أحداث عدة بين الأعوام 1945 و1990 على سبيل المثال، أن الاتحاد السوفيتي لم يكن الحصن الحصين الذي كان يدّعيه، ولكن الوسائل الإعلامية التزمت الصمت: ربما لأن عدداً كبيراً من الناس كانوا يجدون أن الحرب الباردة كانت ذات فائدة.

هناك طريقة أخرى لتكشف وسائل الإعلام عن الحقيقة المختبئة وراء المظهر: هي البحث عن وجود ظواهر خطيرة بل خفية. يمكن لهذا الغرض استخدام طرق مفتش الشرطة وقاضي التحقيق: إنها صحافة التحقيق. ففي الولايات المتحدة، غالباً ما تسبب الصحافة التحقيقية تحرّك الشرطة وتؤدي إلى القضاء. فعلى الصحفي أن يستخدم أيضاً أساليب العلوم الاجتماعية وأن يطبق قدرة الحواسب على التحليل الأرشيفي أو الاستطلاعي، للتنقيب تحت أرضية الواقع بغية كشف حركات دفينة قبل أن تظهر وبشكل كارثي أحياناً[2]. يمكن أن نطلق على هذا العمل تسمية «صحافة التنقيب».

---

(1) ثلاثة أرباع الأخبار السياسية أو الاقتصادية تأتي من مصادر رسمية.

(2) كان ذلك هو الهدف الأكبر للتقنيات التي جمعها Philip Meyer تحت عنوان («الدقة الصحفية الحديثة» والذي صدر في بلومنغتون في مقاطعة إنديانا عام 1991 في طبعته الثانية).

الكأس النصف فارغ: ـ لو آمن المرء بالاعتقاد السائد أن الخبر الجيد ليس خبراً، ماذا يمكن أن نقول إذن عن نهاية الحرب عام 1945 وعن اكتشاف البنسلين وعن ارتياد القمر أو سقوط جدار برلين؟ فوسائل الإعلام تركّز في معظم الأحيان على التناحر وعلى النزاع وعلى المجابهة وعلى المآسي أو على الفشل[1] حسب مبدأ: إذا ساءت الأحوال سادت. فالمشاكل تكون بارزة أكثر من الحلول، والأمر المنحرف والإجرامي أكثر من الإنجازات الكبرى. وعندما لا يحتوي الخبر إلا على عنصر سلبي صغير، فعليه يبنى التقرير الصحفي. والجدير بالذكر أن الصحفيين يستمتعون بالتصدعات وبجرائم القتل وبالانهيارات والأعاصير أو «بالقضايا». فالوحشية تحل محل تشكل ضروري: إذ يبدو جميع أصحاب القرار كأنانيين تنقصهم الكفاءة، أو كوحوش نهمة تقتضي مهمة الصحفي أن يكشف عيوبهم. من المفيد بالتأكيد إماطة اللثام عن الفساد ولكن الخطر يهدد الديمقراطية إذا بدت الحياة العامة برمتها فاسدة.

وإذا استمر المواطن في ألا يرى من الكأس إلا نصفها الفارغ فسيعرّض نفسه لاكتساب رؤية هزيلة عن مجتمع يكون العيش فيه أفضل بكثير من العيش فيه منذ خمسين أو مئة عام في الغرب على الأقل. وسيفقد الشجاعة على تحسين مصيره ومصير مجتمعه.

إعلام موجز: ـ السياسة تحاصر الصحفيين. فلا أحد ينكر أهمية إدارة مدينة أو بلاد أو كوكب، وخاصة بالنسبة لوسائل إعلامية

---

(1) نادرة هي القوانين التي ألمحت لهذه السلبية. أما قانون صحيفة (La Suisse) السابقة، فقد طلب إبداء روح بناءة عند توجيه انتقادات. وطلب قانون الإذاعة الأوروبية برامج تشجع على الانخراط الجيد بالحياة.

تدّعي بأنها تمثل السلطة الرابعة، بل إن الصحافة تسند إليها في كل مكان مركزاً لا حدود له؛ ويمكن أن نضيف إلى ذلك أن وسائل الإعلام التي لا يزال بعضها مستمراً في العمل تضايق مختلف الحكومات لدرجة أنها تعيق جدياً فعالياتها. فقد قال ج. فولوس J. Fallows[1]: «إن محاولة تحقيق مشاريع طويلة الأمد في مثل هذا النوع من المناخ تشبه الشروع بإجراء بحث طبي في قاعة الإسعاف لإحدى المشافي».

فلا بد لوسائل الإعلام أولاً من أن تهتم مجدداً بالقضايا الاقتصادية والاجتماعية والعلمية (كم من الفرنسيين يعلمون أن فرنسا هي الرابعة في العالم في استثمار المنتجات الباطنية الخام PIB[*]؟ وقد نوه و. ر. هارست W. R. Hearst إلى أن «مستخدمي الإعلام يتمتعون بذكاء وفضيلة يفوقان كثيراً ما يعتقده الصحفيون». فعلى وسائل الإعلام أن تجعل الجمهور أكثر علماً وأكثر حضارة «وأن ترفع من سويّته المعنوية ومن عقلانيته وأن تحافظ على ثقافة الماضي وتساهم بتفتّح أشكال ثقافية جديدة»[2]. كما يعتبر عدم التركيز إلا على أكبر قاسم مشترك مخالفة للضوابط المهنية، لأن ذلك يتصادم مع المصلحة العامة.

لا بد لوسائل الإعلام بشكل خاص من ترجمة اكتشافات وأفكار العلماء والخبراء الآخرين والتعريف بها، حيث تقوم الصحف اليومية والمجلات الإخبارية والوثائقية المتلفزة بذلك قليلاً ولكن ليس

---

(1) راجع جيمس فولوس في مؤلفه «مقاطعة الأخبار» الذي صدر في نيويورك عن دار بانتيون عام 1996 الصفحة 185.

(*) PIB = منتجات باطنية خام Produits Intérieurs Bruts (المترجمة).

(2) حسب رأي تلفزيون اليابان العام NHK.

بشكل كاف. فمن مهام وسائل الإعلام أن تتصرف كما لو كانت مكتشفة ورائدة وليس فقط كصاحبة رسالة. فإثارة الشهية وتنويع الطعام، له من الأهمية ما يعادل توفيره.

روح التنافس: ـ هناك تقليد يفسّر بسهولة ولكنه مؤسف، يقضي بالاهتمام في أربعة أركان المعمورة وقبل كل شيء بالأخبار المحلية والإقليمية. ومن المدهش مقارنة النسبة الهائلة من الإعلانات في الصحف اليومية للولايات المتحدة (التي تبلغ من 60 إلى 70% من المساحة العامة) بالجزء الصغير جداً المكرّس للأخبار العالمية (البالغ 2%). ومن المحزن أيضاً أن نرى هذه الصحف الإقليمية اليومية في فرنسا وقد تحولت إلى شبكة من نشرات بلدية مع صفحة أو اثنتين تكرّسان للقضايا الوطنية والدولية[1]. عن ذلك لا تحدثنا قوانين الصحافة شيئاً. إلا أن الجمهوري العريض، سواء أدرك ذلك أم لا، يحتاج لمعلومات عن حالة الكرة الأرضية بأكملها وعن التطور الذي أدى إلى هذا الوضع.

يتناقص عدد المراسلين المبعوثين إلى الخارج بشكل كبير: فقد استبدلوا بـ «مبعوثين خاصيّن» يتم اختيارهم جهازياً وبالتالي فهم يجهلون مجريات الأمور. فمن المستحسن إذن أن تنشر جميع الوسائل الإعلامية في جميع البلدان مقالات أو تبث برامج عن بعضها البعض على غرار مجلة «الملف الدولي» وهي أسبوعية كانت تصدر عام 1991، مؤلفة من مقالات مترجمة عن صحافة العالم كله. وفي استراليا مثلاً تقدم محطة SBS كل صباح وبشكل منتظم صحفاً متلفزة

(1) المقارنة العكسية مذهلة مع الصحف الإقليمية الإيطالية والإسبانية التي تتمتع بمصادر مشابهة.

وتقارير وثائقية وأفلاماً تأتي من العالم أجمع. ويمكن أن يتسنى لوسائل الإعلام في ذات المناسبة أن تقتبس أفكاراً وتقنيات حديثة من البلدان الأجنبية. والمهم أنها ملزمة بتوفير المعرفة والتفاهم المتبادلين، والسلام والسعادة للبشرية.

معلومات ناقصة عن وسائل الإعلام: ـ هناك تقصير آخر من جانب القوانين: فهي لا تطالب وسائل الإعلام ببيان أعمالها الخاصة. فقد أشارت «الصفحات الإعلامية» التي أدرجت حديثاً إلى مطبوعات أو إصدارات حديثة وتعيينات ومشتريات ومبيعات، عدا إعلانها الشحيح، وهذا عيب كبير بها، للمشادات التي تحصل ضمن عالم الصحافة. هناك بعض الاستثناءات (التي غالباً ما تكون ذات طابع أيديولوجي)، فالنقد لا يوجّه من وسيلة إعلامية إلى أخرى، إذ يغضّ الطرف عن نقائص الزملاء. أما النقد الذاتي فهو غير معروف، على الأقل في فرنسا، والصحف التي تنشر «ملفاً عن مدير ما» لتطلع عليه قراءها فريدة من نوعها. وعندما تتحدث وسائل الإعلام بشكل مبهم عن نفسها تفرط في استخدام عبارات التفضيل وفي مدحها لذاتها.

دفعت اللباقة Paul Lefèvre في قضية Villemin لتقديم اعتذارات لوالدة الفتى غريغوري، ولكن بعض المتابعين للقضية استنكروا تأدبه. فقد قام التلفزيون الفرنسي العام بتخصيص مراقبين إعلاميين عام 1998 وبرامج قصيرة يعبّر من خلالها مشاهدو التلفزيون عن احتجاجاتهم كما يجري في أستراليا منذ سنوات[1]. ولكن هل فكّر أحد بإعداد برنامج لإفراغ الاحتقان الذي حصل جراء المقابلة المزورة

(1) لقد كان هو الحال بالنسبة للمحطتين العامتين للتلفزيون الأسترالي عام 1996.

لفيدل كاسترو؟ يوجد لدى صحيفة لوموند مراقب إعلامي بالتأكيد، ولكن كم من الصحف اليومية تكرس بانتظام قسماً أو صفحة للتمحيص في انتقادات قرائها واقتراحاتهم؟

II - التطرق للخبر وطريقة عرضه

أي فرد يريد نشر خبر ما، سواء كان أخصائياً في التربية أو قاصّاً أو صحفياً، يعلم أن لطريقة القول أهمية تعادل القول ذاته. والقوانين التي تشير لضرورة أن تكون المقالات جذابة (من إيجازٍ وأسلوبٍ وإخراجٍ وإيضاح مصور) فهي نادرة.

صحف ذات مقاييس ثابتة: ـ تعتقد الوسائل الإعلامية كغيرها من الصناعات القديمة أنها ملزمة كل يوم بإخراج نتاج متشابه الحجم، يتضمن المواصفات ذاتها تقريباً مهما حدث على الكرة الأرضية. وهي مضطرة بالتالي حسب النهار، إلى إغفال أخبار هامة أو إلى إدراج حشو لملء الفراغ دون تجاوز المساحة أو الوقت المخصص. فهي تعرض نتيجة لذلك بياناً مشوهاً عن الأوضاع الراهنة.

استطاع المواطن في نهاية القرن العشرين من استخدام أقنية إعلامية سمعية بصرية متواصلة أصبحت جارية في الثمانينات مع وكالة الـ CNN. كما دخل من جهة أخرى بسهولة إلى بنوك المعطيات من نصوص أو صور. بل أصبح من الممكن بشكل خاص وبفضل الحاسوب وانطلاقاً من المواد التي يصنّعها الصحفيون على مزاجهم، تشكيل «حزم معلوماتية» استناداً لرغبات واحتياجات كل منتسب، تختلف بحجمها تبعاً لغزارة المعلومات ولكونها توزّع في أوقات وأماكن وعبر مسالك متنوعة جداً.

معلومات غير مفهومة: ـ لا تتشكل «الأخبار» في معظم الأحيان إلا بتراكم أحداث صغيرة. فلا تقتصر عملية الإعلام على الإدلاء بمعطيات خام، إذ لا بد لرجل الشارع من الفهم والتقييم: بإعطاء نص أصلي متين البنية، يحتل فيه الخبر مكانه، وبتوفير وجهات نظر مختلفة، ونقل آراء الأخصائيين. وهذا لا يستغنى عنه في حال إجراء إحصائيات واستبيانات وتصريحات لأولي القرار، يتعين أن تقارن مع غيرها من المعطيات المأخوذة من الماضي[1] أو من أقسام أخرى.

لا يعتبر الأشخاص العاديون أغبياء. ولكن عدداً كبيراً منهم متخلف. وهم ليسوا مضطرين مهنياً لمتابعة الأخبار. إذ يصعب عليهم استيعاب «الوضع الراهن» لأن كمّاً كبيراً من العبارات والمصطلحات التي تستخدمها وسائل الإعلام خافية عنهم. كما يجدون أن الصحف مملّة وخاصة الصحافة المكتوبة. وحتى لو اهتم معظم المواطنين فهم بحاجة كي يفهموا، لأن تُشرح لهم منابع الحدث وبيئته ومعناه وتبعاته المحتملة.

يعود تقصير الصحفيين هذا لأسباب مختلفة: إنه ناجم عن عادة قديمة في مخاطبة نخبة يتأكدون بالتالي أنها ستستوعب معرفة واسعة عن العالم؛ كما يعود إلى نقص في الوقت، وهو مصدر الإيجاز واستخدام التراكيب الجاهزة، ويعود إلى التأهيل الناقص وإلى الإهمال، وفي الإذاعة والتلفزيون يعود هذا التقصير إلى الاهتمام بالمستمعين والمشاهدين.

(1) يبدو الصحفيون «مسجونين في الحاضر» (عن D. Boorstin) مما يفسر تقاعسهم عن مراجعة الذات وعن التقييم.

الإعلام الممل: ـ هناك كمّ كبير من المعلومات المنشورة لا فائدة منه البتة (كالحوادث والجرائم العاطفية وزيارات الشخصيات المرموقة). ولكن المعلومات المفيدة للأسف قلما تجتذب الاهتمام. فإذا أراد الجميع أن يعمل المجتمع بشكل جيد، لا بد أن تكون لجميع أعضائه فكرة صحيحة عن وسطهم القريب والبعيد. وسواء كانوا يميلون للاستعلام أم لا فمن واجبهم أن يفعلوا. وإن لم يكونوا ميّالين لذلك يجب عندئذٍ لفت انتباههم[1]، بإظهار مثلاً، الأثر الذي يمكن لأحداث ما أن تتركه على حياتهم الشخصية. فتحقيق ذلك ليس بالأمر السهل، حيث أن عملية تجميل الخبر الهام تتطلب مجهوداً ووقتاً ومهارة.

يمكن على العكس من ذلك إظهار أن بعض الأخبار التي تبدو لافتة للانتباه فحسب هي هامة. نضرب مثال رجل يقتل اثني عشر شخصاً في قطار الضاحية. إنه خبر غير سياسي مثير تشوبه الدماء والصراخ والدموع ولكن ماذا يقول عن المجتمع المحيط بالجريمة؟ وعن البطالة وعن البؤس والعنصرية والإدمان على الكحول وغياب الرقابة النفسية وعن الحيازة السهلة لأسلحة أوتوماتيكية؟

III - سلامة المجتمع

حماية الضعفاء: ـ ذكر رجل الاقتصاد Amartya Sen (الحائز على جائزة نوبل لعام 1998) أنه لا تحدث مجاعة في البلدان الديمقراطية ذات الصحافة الحرة (نسبياً). فوسائل الإعلام تستطيع أن

(1) كان W.R.Hearst يقول لمدرائه «أجزلوا العطاء للكاتب الذي يجعل الحقيقة محط اهتمام».

تفعل الكثير للمستهلكين المواطنين. ولكن يوجد تباين يؤسف له في التعامل يشير إليه عدد قليل من القوانين: فحرية الصحافة والكلام كما عبر عنها لافونتين بقوله: «حسبما تكون قوياً أم بائساً...» يجب ألا تكون امتيازاً لنخبة[1] ولا لأغلبية. ولا بد أن نستمع أيضاً للهامشيين والمبعدين عن الحياة العامة و«المعيقين للعمل التوافقي» لأنهم أحياناً على حق. فعندما تريد الدولة إسكات معارضين تميل وسائل الإعلام الكبرى خفيةً لمساندة الأقوى. ففي فرنسا كما في اليابان ليست تلك الوسائل الإعلامية هي التي تكشف في معظم الأحيان تجاوزات السلطة الخطيرة بل مجلات صغيرة أو أو أسبوعيات مثل Bungei Shunju أو (Le Canard enchaîné).

الأمر لا يتعلق بالوقوع في الديماغوجية الشعبية. صحيح أن وسائل الإعلام ترضخ في كثير من الأحيان لضغوط الأغلبية أو بعض المجموعات المنظمة (كأبطال «التصحيح السياسي» في الولايات المتحدة أو المزارعين في فرنسا). ولكن عندما أوصت لجنة Hutchins بتقديم الخدمات لجميع الشرائح الشعبية كانت تفكر بكل بساطة بالأشخاص العاديين الذين لا تهتم بهم الوسائل الإعلامية كثيراً حتى وإن كانوا يمثلون «الشعب».

نادراً ما تشير القوانين إلى تملق الصحفيين لأصحاب النفوذ لاعتبارهم مصادر لهم وأنداد قادة الصحافة. يرى المطّلعون على الصحافة ذلك كتحالف بين السلطات. كما انتقد المراسلون الأجانب الصحفيين الفرنسيين للعلاقة الحميمة العميقة التي تربطهم بأصحاب القرار في السياسة والاقتصاد.

---

(1) تعتقد نخبة العمل الصحفي أنها جزء من النظام الحاكم وأنها تتبنى اهتماماته. ولا يوجد قانون يحذّر من مؤثرات النجومية.

«الصحافة الوطنية»: ـ يعتبر قانون الانضباط المهني لجمعية رؤساء تحرير وكالة الأنباء أسوشيتد برس APME[1] الذي حرر عام 1974 ودقّق عام 1994، أحد القوانين النادرة والقادرة على صياغة التوصية التالية:

«يتوجب على الصحيفة أن تقوم بالنقد البنّاء لجميع قطاعات المجتمع... كما يجب أن تحمل في افتتاحياتها لواء الإصلاح اللازم والتحديث الذي يخدم الصالح العام... كما لا بد أن توفرّ منبراً للتعبير عن الآراء وعن الانتقادات وخاصة إذا خالفت التوجهات المطروحة في الافتتاحيات».

ولدّت هذه الآراء في بداية التسعينات في الولايات المتحدة أسلوباً جديداً للعمل الصحفي أثار جدالاً كبيراً، أطلق عليه اسم «العمل الصحفي العام أو (الوطني)». وقد ابتدع لمكافحة انخفاض نسبة انتشار وسائل الإعلام وتراجع مصداقيتها. وأسوأ ما يقال عنه إنه نابع من «العلاقات العامة» ومن الإسفاف الخلقي، وأفضله أنه يذكّر بشكل مفيد أن وسائل الإعلام موجودة أولاً لخدمة المطّلعين عليها وليس لخدمة رؤسائها أو المعلنين أو المسؤولين السياسيين. كما يتعين عليها ألا تعرض الأخبار الآنيّة كمشهد، بل أن تخبر بطريقة تشجع الناس على مناقشة المسائل الخطيرة بمشاركة أقليات من جميع الأجناس حتى لو شعرت الأغلبية بالتقزز منهم؛ وأن تهدف لإثارة تفكير وخيال كل مواطن حول بيئته وأن تنشط الرغبة لديه بالمشاركة في إدارة القضايا العامة، ويتعين عليها ببقائها مستقلة أن تكتشف الخلل وتشير إليه بدل أن تجعل من نفسها بطلة مدينتها

---

(1) APME = Associated Press Managing Editors هي جمعية تضم رؤساء تحرير الصحف الأعضاء في وكالة الأنباء أسوشيتد برس.

أو منطقتها وبدل أن تبقى دائماً حبيسة حذر لا معنى له وأن تكشف أيضاً عن حلول للمشاكل وتساعد المطّلعين عليها على المضيّ في العمل حتى وإن تصادم ذلك مع الأفكار الواردة ومع المصالح السائدة.

IV - قسم الترفيه

يفرض التقليد أن نفصل بين الصحفي و«المروّج». وفي الواقع أصبح العمل الصحفي في أيامنا هذه أكثر جاذبية وجلباً للزبائن أحياناً، في الوقت الذي تفتتح فيه محطات تلفزيونية وثائقية وتاريخية وتربوية ورياضية. والرياضة تقع بأكملها ضمن الإعلام والترفيه. والقوانين لا تتحدث عن ذلك مباشرة ولكن هناك بنوداً عديدة تنطبق عليها: كالحياد والعدل (والبعد عن الغرور) ونبذ الفساد والتشجيع على العنف الخ...

نجد كذلك في القوانين الصحفية تنديداً غير مباشر بالأخطار التي ترتكبها وسائل الإعلام الترفيهية: كالدعاية الضمنية في التلفزيون أو فساد مخرج الأشرطة؛ والشجار بين الرفاق أو الاستغلال المفرط للناشطين الذين يأخذون أماكنهم كمنتجين حقيقيين. ولكن الانتقادات الأكثر لذعاً والتي توجه إليهم فهي من مستوى آخر ونادراً ما تشير إليها القوانين: كالغباء والسوقية والشراسة والإهمال الثقافي والجمالي وتشويه الواقع وسوء الأخلاق الأساسي.

تدنّي المستوى الجمالي: ـ تقوم الوسائل الإعلامية التجارية بمجهود شحيح للتحديث ولتشجيع الأشكال التمهيدية للعمل الإبداعي: من أدب وموسيقى كلاسيكية مثلاً أو فنون تشكيلية. فالتواضع في ذلك أصبح تقنياً كما في الرسوم المتحركة اليابانية. فلكي تقوم الوسائل الإعلامية بخدمة الناس، عليها أن تنمّي ذوقه

أي أن تثقفه. ولكن غزارة إنتاجها الهائل تمنعها من إصدار نوعية جيدة وسطياً. يُتّهم هذا النوع من الترفيه بأنه مصنوع بشكل متسلسل على يد مرتزقة، ومصنّف على يد موظفين بيروقراطيين هاجسهم المبيعات أو الإصغاء لأي مؤشر يبلغ مسامعهم.

فراغ فكري: ـ تنتقد الوسائل الإعلامية التجارية بشكل خاص لتردّدها في تكريس نفسها لخدمة الفكر فتطلق «اللبان الكبير في العيون». حتى أن محطة الإذاعة والتلفزيون التابعة للدولة لا تفعل الكثير لأجل ذلك، عدا بعض الاستثناءات كإذاعة BBC البريطانية وخاصة محطة NHK اليابانية أو الفرنسية الخامسة المحدثة. فقد عرف عنها التقصير في جذب الانتباه، والجهل للماضي ونفاذ الصبر. وأكثر ما تستطيع فعله هو زرع الغباء بالعرض الجاد لعلم الفلك[1] وللظواهر «غير الطبيعية». فقد أهملت وسائل الإعلام في جميع أنحاء الكرة الأرضية تقريباً دورها التربوي: ربما يكون ذلك أكثر مخالفة صريحة لمسؤوليتها الاجتماعية.

تدنّي المستوى الأخلاقي: ـ لا تهدف الوسائل الإعلامية إلى تأهيل مواطنين (كالمدارس) أو مؤمنين (كالكنائس) بل إلى تصنيع مستهلكين. وقد ارتبطت السعادة بالاستهلاك وبمؤشرات خارجية للنجاح كقيم: الأنانية والجشع والموالاة، حيث راح كل فرد يبحث عن المال وعن الشهرة أو عن دواء سهل المنال. وقد تحولت جميع المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية إلى قضايا أفراد. حيث ينقسم هؤلاء إلى أخيار وأشرار، تقوم علاقاتهم على القوة بما أن

(1) طلبت محطة عامة فرنسية في الأول من كانون الثاني/يناير عام 1994 في نهاية نشرة الأخبار في الساعة 22، 30 إلى عالم فلكي موجود على المسرح أن يدلي بتوقعاته للعام التالي.

النزاعات تحلّ عادة بالشجار، ثم يعود النظام للاستتباب. وهكذا تثير التسلية الإعلامية والدعاية في آن واحد لدى المطّلع قلقاً وراحة، استياءً وترويحاً وفي آخر المطاف كبتاً وتراخياً.

تعتبر شخصيات التلفزيون ذات مواصفات جاهزة مع ميل نحو العنصرية والتحرر الجنسي، تكثر فيه الأجساد والوجوه النسائية ولكن أدوار المرأة الجميلة قليلة العدد. هناك بعض الفئات قليلة العرض كما في السينما: كالأطفال والشيوخ والمثقفين والعمال والفقراء. والتلفزيون يقدم في دعاياته وبرامجه رؤية عن العالم المتواضع والغامض: فهو عالم في آن واحد مجمّل وأكثر حقارة وعنفاً مما هو عليه في طبيعته (حيث تعيش شخصياته الخيالية أحياناً في مستوى يفوق إمكانياتها) وفي أفلام الفيديو الموسيقية يبدو الرجال أحياناً كأوغاد والنساء كساقطات: فكيف سينظر المراهقون الصغار[1] إلى ذلك؟ كما أن المستقبل الذي ترسمه سينما هوليوود قاتم ومنغلق ووحشي (كأفلام ترميناتور وروبوكوب) في حين يبدو فيه عالمنا أقل بؤساً وخطراً مما كان عليه سابقاً (كأزمة عام 1929 ومذابح ستالين والنازية والحرب الباردة). وهكذا تعطى فكرة خاطئة ويائسة عن المجتمع[2].

العنف موجود في كل مكان، في التعبير الوهمي وفي الرسوم المتحركة كما في الصحف المتلفزة[3] في حين تربح الأفلام الطويلة

---

(1) إنه خطر كذلك بالنسبة لفتيان الضواحي.

(2) راجع «هوليوود بمواجهة أمريكا» Hollywood vs America لمؤلفه M. Medved الذي صدر في نيويورك عن دار هاربر كولنز عام 1993.

(3) شاهد أطفال الولايات المتحدة 8000 جريمة قتل قبل أن يغادروا المدرسة الابتدائية.

«العائلية» بانتظام من المال أكثر مما تربح من أفلام الرعب والقتل[1]. ففي الوقت الذي تشير فيه دراسات لا تحصى إلى الروابط بين العنف الإعلامي والعنف الحقيقي، يجب أن نصدّق أن العنف المقدّم على شاشة التلفزيون في الولايات المتحدة على الأقل يثير كالجنس ولكن ضرره أقل.

مبدأ العزل: ـ وأخيراً ليس هناك من قانون يلمح لذلك: فمن الضروري للصالح العام أن يقدم كل بلد المنتجات الإعلامية للبلدان الأخرى للتعرّف على ثقافاتها وتحريك ثقافته بتهجينها مع غيرها. ويبدو مخالفاً للانضباط المهني ألا تقدم «الفضائيات» الكبرى في الولايات المتحدة مساء إلا 2% من البرامج المستوردة (ومعظمها من بريطانيا). وبمعنى أكثر عمومية أثير الجدل حول الثروة الثقافية جراء حماية الوسائل الإعلامية الأمريكية التي تحرم المطلعين عليها من الاحتكاك بثقافات أخرى. وهكذا يمارس المعنيون الإغراق[2] الثقافي لباقي بلدان العالم مما يؤدي إلى تفتّت روح الإبداع الإقليمية. وهكذا تصاب ثقافة الولايات المتحدة وثقافة البلدان الأخرى معاً بالفقر. ولكن هل نرى على الشاشة الفرنسية الصغيرة الكثير من البرامج الإيطالية أو الإسبانية أو اليابانية؟ وهل هناك برامج أوربية عديدة حول «الثغرات الغريبة» اليابانية. ففي الحد الذي يكون فيه الجمهور مفتقراً بهذه الطريقة للخدمات، يندرج العزل والتوسّع الإعلامي ضمن إطار الانضباط المهني.

---

(1) ربح فيلم الملك الأسد عام 1994 أكثر مما ربحت أفلام الخيال الجامح Pulp Fiction.

(2) بمعنى أن برامجها التلفزيونية تصدّر للخارج بعد أن تستهلك في السوق الداخلي بنسبة من السعر ربما تؤدي إلى تصنيع محلي لبرنامج مماثل.

٧ - مشاكل دعائية

لا يمكن للدعاية في الحد الذي تتلقى فيه وسائل الإعلام قسماً كبيراً من عائداتها أو كل ما تجنيه منها إلا أن تؤثر على تصرفاتها. فقد ألزم العاملون في الدعاية أنفسهم في بلدان عديدة بقانون وهيئات رقابية ذاتية أكثر حزماً أحياناً من قوانين وسائل الإعلام (في بريطانيا مثلاً)، بل لا بد للوسائل الإعلامية أيضاً أن تهتم بذلك.

توكل وسائل الإعلام أحياناً في البلدان الغربية بعضاً من اهتماماتها الانضباطية إلى هيئات خارجية. فالبند القائل إنه «يحق لوسائل الإعلام التحقق من المعطيات الواردة في الإعلانات»[1] يصبح أقل لزوماً عندما يكون هناك مكتب لتدقيق الدعاية كما في فرنسا. وعندما يتم ذلك يتوجب على الوسيلة الإعلامية أن تحرص بذاتها على ألا تترك صانع منتج ممنوع على سبيل المثال يقوم بالدعاية له على هامش إعلان لإحدى منتجاته[2] الأخرى.

طرحت مسائل أكثر خطورة عندما عرضت محطة ABC عام 1983 برنامجاً بعنوان «اليوم التالي» الذي كان يتخيل الولايات المتحدة غداة حرب نووية، إذ لم يقبل أي معلن تقريباً أن يسلّط أضواءه فيه. والأسوأ من ذلك عندما تكون بضاعة خاصة موضع جدل. والحصار يولّد الرقابة الذاتية، كما حصل مثلاً لباعة السيارات بعد أن نشرت صحيفة يومية محلية لائحة نصائح وجهتها لمشتري المركبات. وهناك ما هو أكثر فداحة: فقد نشرت في الثلاثينات من القرن الماضي في الولايات المتحدة تقارير رسمية تدمج

(1) من قانون اتحاد الصحفيين العرب (لعام 1972).

(2) من القانون القديم للجمعية الوطنية لأصحاب الإذاعات والتلفزيون NAB.

استهلاك التبغ مع الأمراض القاتلة. إلا أن الوسائل الإعلامية لزمت الصمت حتى الستينات حول أخطار السجائر. كذلك عانت إحدى الشركات عام 1990 في الولايات المتحدة التي رغبت الترويج لمنتجاتها المكافحة للتبغ، من رفض أكبر المجلات القيام بذلك.

يبدو في قرارة الأمر، بالنسبة لعدد كبير من مستخدمي وسائل الإعلام أن تكريس أكثر من ثلثي مساحة الصحف اليومية الأمريكية للدعاية أمر لا أخلاقي (بمعنى «مخالفة الخدمة العامة»)، وكذلك قطع البرامج التلفزيونية كل عشر دقائق بمسلسلات إعلانية.

الجزء الثالث
التطبيق العملي

الفصل الأول
أدوات المساءلة الاجتماعية
للوسائل الإعلامية (M.A.R.S.)[*]

يطرح الانضباط المهني مشكلة كبرى هي إيجاد وسائل لاحترامه تكون مقبولة أي غير حكومية. كيف السبيل إلى دفع كائن بشري ليتصرف جيداً؟ يمكن أن نتصور أن ثلاثة أنماط من الضغوط تمارس عليه. فدونيته تستدعي أن يكون مضطراً للخضوع لضغط جسدي خارجي وذلك لمصلحة أبناء جنسه. كما يجعل منه نبل أخلاقه مرهف الإحساس حيال قيمة بعض المبادئ وبالتالي لضغط أخلاقي داخلي. كما تؤدي ازدواجيته الأخلاقية إلى الأمل بأن ضغطاً معنوياً خارجياً يكفي، أي ذلك الذي تمارسه قواعد الأخلاق المهنية التي تكلف الفرد إذا خالفها، سخط نظرائه وازدراء المتنفعين.

(*) M.A.R.S. هي الأحرف الأولى لعنوان هذا الفصل وهو: Moyens d'assurer la responsabilité sociale des médias.

السلوكان الأول والثاني فقط من أصل الثلاثة هما اللذان استخدما في مادة الصحافة خلال قرون من الزمن. فقد كان الصحفي الشريف يخضع لضميره، أما المخبر الوغد، فقد كان يخشى الشرطة والقضاة. وفي نهاية القرن العشرين المنصرم أصبح التنويه للسلوك الثالث أمراً لا بد منه لو أردنا صحافة حرة وديمقراطية. وفي الواقع لم يعد يعتمد كثيراً على الضمير الفردي منذ أن دارت الوسائل الإعلامية في دائرة الصناعة الضخمة. أما بالنسبة للقانون والمحاكم والشرطة فهي متهمة بأنها أفرطت في إشهار السلاح في وجه المخبرين.

هذا ما يفسر المصطلح .M.A.R.S الذي قمت بصياغته في بداية التسعينات ف«مارس» (M.A.R.S) هو كل وسيلة غير حكومية مستخدمة لجعل الوسائل الإعلامية مسؤولة حيال الجمهور. فالمصطلح عام وبالتالي فهو مبهم نوعاً ما؛ وهو يشمل أفراداً أو مجموعات بقدر ما يشمل اجتماعات منتظمة ووثائق مكتوبة ووسائل إعلامية صغيرة أو حتى قضية طويلة أو مقاربة خاصة. فأدوات المساءلة الاجتماعية لوسائل الإعلام .M.A.R.S، لا تتفاعل إلا بضغط معنوي. بل إن عملها يمكن أن يدعم بسلطة القادة الإعلاميين أو من قبل هيئات شرعية موجودة مسبقاً.

فإذا كان «الحديث» عن الأخلاق في فرنسا موضة عصره عام 1991، فمن النادر «فعل» شيئ ما. ومن المؤسف جداً أن يستبعد الصحفيون الذين يؤلفون كتباً عن الضوابط الأخلاقية بادىء ذي بدء أية وسيلة لاحترامها. فمعظم رجال الصحافة يعتّمون منذ سنوات أو يستبعدون أية وسيلة تحمّل وسائل الإعلام مسؤولية اجتماعية، مدّعين أن ذلك يهدد حرية الصحافة وحقوق الإنسان والديمقراطية، مما أدى بأحدهم لأن يصرح بأن «أي تأطير انضباطي سيكون

شمولياً»؛ وأدى بآخرين إلى الهياج أمام مجرد احتمال لظهور قانون سلوكي.

I - الأبطال

يتوجب عندما يتعهد أحد بمراقبة نوعية الخدمات التي تؤديها وسائل الإعلام للجمهور أن يتحقق بدايةً أن تلك الوسائل قد آلت على نفسها خدمته أولاً. ثم عليه أن يستطلع احتياجاته ورغباته، وأخيراً يتعين عليه التحقق مما إذا أشبعت أم لا. يمكن للأبطال الثلاثة (الأرباب والمهنيين والمنتفعين) أن يكرّسوا أنفسهم لهذه الرقابة بطرق شتى بشكل جماعي أو كل على حدة. والدولة غير معنية بالمشاركة[1] فيها، إلا أن تكون شكلاً لتهديداتٍ ضرورية أحياناً لإثارة قضية التنظيم الذاتي.

أرباب الوسائل الإعلامية: ـ يمكننا تصور أنهم ينظمون رقابتهم الخاصة للنوعية، بل هناك عدد قليل من أمثلة صناعية تتمتع دون ضغوط خارجية بقانون شرف ناهيك عن الالتزام به. ففي حال الاحتكار يقوم الرخاء بتخدير الضمير. وفي حال التنافس يكفي وجود بعض الأفراد الفاسدين الرافضين لأي انضباط أخلاقي لإرغام الآخرين على تقليدهم.

رؤساء التحرير: ـ من البديهي أن تكون أسهل وسيلة وأقلها تكلفة وأكثرها فاعلية لفرض احترام قانون ما هو أن يوكل بهذا الاهتمام إلى إدارة التحرير. الأمر سهل عندما يدرج القانون في عقد التوظيف: حيث تكون العقوبة سريعة وحتى فورية ودون

---

(1) لا ينصح بمشاركة المشرّعين ولكنها موجودة في بعض البلدان دون أن تسبب ضرراً (كمجلس الصحافة في الهند).

إخطار وهي (الغرامة والتوقيف والتعليق الوظيفي والطرد).

ولكن عندما تتصرف الإدارة بمفردها تصبح العيوب عديدة. فتتخذ كوادر التحرير وضعاً مبهماً: فهم صحفيون ولكنهم إلى حد كبير عملاء تنفيذيون لرب العمل. وبما أن همّ الإدارة منصبّ أولاً على المستوى الربحي فهي لا يمكن أن تكون راعية للانضباط المهني. إذ يمكن لها أن تغضّ الطرف عن غلطة إذا كانت ترضي مصالحها. وربما تكون هي التي أوعزت لموظفها بارتكابها. وفي حال عمّت فضيحة ما يصبح الصحفي كبش فداء. ويمكن أن يصلح القانون للتخلص من موظفين غير مرغوب بهم.

الصحفيّون: - إنهم بكل تأكيد المعنيون الأساسيون. فهم أكثر من يمكن أن يستفيد من تحسين نوعية وسائل الإعلام، وهم أكثر من نرمي عليهم بمسؤولية تواضعها. فقد خلص قانون الجمعية الأمريكية لمدراء الإعلام (في الإذاعة والتلفزيون) RTNDA[1] عام 1966 إلى ما يلي: سيندّد إعلاميو الإذاعة والتلفزيون بمخالفة هذه القواعد بفاعلية وسيبذلون بما في وسعهم لمنعها وسيحثون جميع الصحفيين أيضاً على احترامها. وفي الحقيقة غالباً ما تنظم النقابات والجمعيات لديها مجالس تأديب ولكنها تمتنع دائماً عن فرض عقوبات.

يطلب قانون اتحاد الصحفيين العرب (الذي عقد عام 1972) أن يعلن ممتهنو الصحافة عن الزملاء الذين يسيئون التصرف. وهذا «لا يحدث» ولكن ألا تقتضي النزاهة التنويه إلى المخالفة الفادحة جداً لأخلاقيات المهنة (كالرشوة المنظمة والابتزاز والعمل لصالح جهة استخباراتية)؟

(1) RTNDA: هي الجمعية الأمريكية لمدراء الإعلام (في الإذاعة والتلفزيون).

ربما يكون الاشتراك الطوعي للإعلاميين ولرؤسائهم لعرض تصرف مسؤول اجتماعياً على الصحافة من الوجهة النظرية، حلاً فاعلاً وبسيطاً، بل يمكن لثقة الجمهور أن تتزعزع. فقد دلت التجربة أن أي تجمّع مهني يميل نحو الدفاع عن مصالحه ويهمل النقد الذاتي.

المنتفعون: ـ غالباً ما نسهو عنهم في معرض الحديث عن الضوابط المهنية. وهم بذاتهم يعتقدون أنفسهم للأسف عاجزين أمام الوسائل الإعلامية (إلا عند المقاضاة التي لا يتابعونها وخاصة إذا وجد حل آخر لإسماع رأيهم). فهل يستطيعون التصرف بمفردهم؟ ربما تهتم جمعيات المستهلكين يوماً ما بوسائل الإعلام كما تهتم بجودة الألبان أو بالخدمات المصرفية. ويمكن أن نتصور أيضاً انضمام مواطنين ناشطين إليها وأن يقوموا بمعاينة مضامين الوسائل الإعلامية إلى جانب فحوصات الخبراء الذين يتصلون بهم، وأن يتلقوا شكاوى الجمهور وأن يقيّموا الوضع قياساً عليها. بل يمكن أن نتوقع أن يهمل الإعلاميون كعادتهم، تلك الشكاوى. ومن السهل جداً بالنسبة لهم أن ينتزعوا من الانتقادات سلاحها الوحيد ألا وهو نشر فعالياتها.

يبدو إذن أن اشتراك المهنيين والمنتفعين لا بد منه في أغلب الأحيان. فالمهنيون يعرفون أكثر كيف يتم تحسين وسائل الإعلام ولديهم أسباب قاهرة للرغبة في القيام بذلك، ولكنهم ضعفاء جداً أمام القوى السياسية وخاصة الاقتصادية. وهم بحاجة لدعم جماهير المتفعين الناخبين والمستهلكين.

لمحة تاريخية: ـ تعتبر جميع أدوات المساءلة الاجتماعية لوسائل الإعلام (مارس MARS) التي ستطرح للبحث موجودة. وقد خضعت للتجربة وأعطت نتائج مرضية. وقد اعتمد الكثير منها وطبّق في

الولايات المتحدة. ففي هذا البلد تعتبر النزعة التجارية لوسائل الإعلام أسوأ مما في البلدان الأخرى، ويخشى فيه أكثر من أي بلد آخر من أي تنظيم حكومي.

بقي الاهتمام بأدوات المساءلة الاجتماعية لوسائل الإعلام (مارس MARS) ضعيفة في الولايات المتحدة حتى نهاية الستينات من القرن المنصرم، حيث مرّت فترة فورانه، وجرت عدة أحداث رمزية. ففي عام 1967 كان ظهور مجالس الصحافة المحلية ووجود أول مراقب إعلامي في صحيفة يومية. وبدءاً من العام 1968 ازدهرت المجلات النقدية، وبعد ذلك شهد العامان 1971 و1973 تأسيس مجلس إقليمي (في مينيسوتا Minnesota) ومجلس وطني. أشارت عمليتا التحديث هاتان إلى انقلابين: فقد وافق أصحاب وسائل الإعلام أن يعطي موظفوهم رأيهم بالنص الذي يحررونه، كما وافق الصحفيون على أن للجمهور كلمة يريد أن يقولها.

اشتد الاهتمام كثيراً بـ «مجلس الصحافة» عند منعطف السبعينات، عندما نظمت اليونسكو والمعهد الدولي للصحافة والمجلس الأوربي وما وراء الأطلسي وجمعية موجودات القرن العشرين ومؤسسة Mellett Foundation منتديات أو تجارب. فتدفّقت عندئذٍ التقارير والمقالات والكتب حول الموضوع. ولكن لو كان المجلس كقدرةٍ هو الأداة الأكثر فاعلية لمساءلة وسائل الإعلام لأنه يجمع بين أبطال الوسائل الإعلامية الثلاثة، فهو بعيد عن أن يكون الأداة الوحيدة.

II - الأدوات

التأهيل: ـ إنه الحل بعيد المدى لمعظم المشاكل النوعية: كتربية المنتفعين تربيةً إعلاميةً وتأهيل المحترفين تأهيلاً جامعياً. أما تأهيل الصحفيّين على الطريقة القديمة، في موقعهم، العملي بل قصير النظر، فقد أصبح غير كاف بشكل فادح. فالجامعة يمكن أن تقدم لهم: أ ـ

ثقافة عامة. ب ـ معارف خاصة في قطاع معين. ج ـ إدراكاً انضباطياً. وقد توفّرت هاتان المهمتان الأخيرتان في فرنسا بوجود مدارس اختصاصية ذات مستوى عال. يمكن للصحفي بهذه الطريقة أن يصبح كفئاً ومسؤولاً وأن يستعصي على التفاوض وعلى التأثر، أي سيكون محترماً ومستقلاً.

التقييم: ـ تعتبر أقدم طريقة لتحسين وسائل الإعلام وأكثرها سهولة وبساطة هي النقد السلبي والإيجابي. وقد أتت بالتأكيد من الساسة ومن قادة الصناعة ومن ممثلي الأقليات ومن المدافعين عن المستهلك ومن حماة البيئة والمثقفين، بل لا بد وأنها تأتي من مجموعتين أخريين هما: مجموعة المحترفين الإعلاميين أولاً ذوي المصداقية الأقوى على هذا الصعيد، ومجموعة أخصائيّي الاتصال ثانياً.

الدراسة المنهجية (التنظرية): ـ إنها ضرورية في أيامنا هذه بسبب العدد الكبير للمنتجات الإعلامية وإن قسماً كبيراً منها مؤقت، وبسبب أن أخطاء الوسائل الإعلامية غالباً ما تعود للحجب الذي يصعب اكتشافه. والخبراء المستقلّون والجامعيون وحدهم يستطيعون أن يتفرّغوا لدراسة متواصلة عن وسائل الإعلام، ولتحليل مضامينها تحليلاً عميقاً ولاستقصاء تأثيراتها.

التفاعل المباشر: ـ كيف يمكن تقديم خدمة جيدة للمجتمع إن لم يستمع أحد لمعاناة مختلف المجموعات المنتفعة من وسائل الإعلام وشكاوى أعضاء باقي المؤسسات الاجتماعية؟ فقد دلّت دراسات على الانفلات الحاصل بين أذواق المنتفعين وبين الفكرة التي يكوّنها قادة الوسائل الإعلامية بهذا الموضوع. إذ يحتاج هؤلاء للمعلومات. والنظر إلى خطوط البيع البيانية وإلى نسبة الزبائن لا يكفي. هناك وسيلة تقضي بضم صحفيين يشذّون عن القاعدة (كالنساء والأقليات

العرقية)، حيث يمكن لهذه الطريقة في كل الأحوال أن تساعد في حل مشكلة أخرى هي اتصال الأقليات بوسائل الإعلام لنشر أخبارهم وآرائهم.

يمكن عملياً لأداة مساءلة معينة أن تقترن بالعديد من هذه المقاربات: فقد انتقدت المجلة الشهرية «المجلة الأمريكية للعمل الصحفي[1] American Journalism Review» ودرست وأعطت الكلام للمنتفعين من وسائل الإعلام كما قدّمت الإرشادات للصحفيين تبع ذلك صدور مصنّف (غير موسع) لأدوات المساءلة الاجتماعية(مارس) موزعة حسب طبيعتها.

1 ـ وثائق مكتوبة أو إذاعية متلفزة

إبراز التصحيح: ـ يمكن أن تكون هذه الأداة مهملة ولكنها ليست كذلك. فهي أولاً تتمتع بميزة نادرة وهي أنها لا تكلف شيئاً، وتتصدى بعد ذلك لعيب الصحافة وهو ترفّعها عن قبول أخطائها، وهي تدل بهذه الأداة للمساءلة شرط أن تكون واضحة للعيان أنها لن تدّعي العصمة، فتحسّن من مصداقيتها (خلافاً لما كان يعتقد سابقاً في هذه المهنة) ومن ثقة الجمهور.

يمكن للعبارة الموجزة (خطيئتي) أن تتحول إن لزم الأمر إلى دراسة مطولة وشاقة كتلك التي قام بها الخبير الإعلامي في صحيفة لوس أنجلس تايمز ليشرح لماذا امتنعت صحيفته عن التطرق لحدثين محليين خطيرين.

---

(1) أسس هذه المجلة شاب معارض في السبعينات من القرن الماضي، تقوم اليوم كلية الصحافة في جامعة ميريلاند بنشرها، حيث قدّم رجل أعمال عام 1987 مبلغ مليون دولار للمساعدة في إصدارها.

«بريد القراء»: ـ هناك مهمة كبرى لوسائل الإعلام هي توفير «منبر». ففي النظام الديمقراطي لا بد لجميع الفئات أن تتمكن من التعبير عن رأيها، وليس فقط عن طريق المؤسسات (كالجمعيات والنقابات الخ. . .)، مما يفسّر أهمية هذه الأداة للمساءلة الاجتماعية (مارس .MARS) فقد تطورت كثيراً في الولايات المتحدة في السبعينات من القرن المنصرم إلى أن احتلت أكثر من صفحة يومية إلى يمين الافتتاحيات. وهي من أكثر العناوين العريضة قراءةً. كذلك تكرّس محطات إذاعية وتلفزيونية وقتاً مخصصاً للبريد و«للآراء الحرة»؛ ويزداد استخدام وسائل الإعلام للرسائل الإعلامية اللاسلكية لإتاحة تفاعل فوري مع مستخدمي تلك الوسائل. ويقوم بعضها بنشر العناوين الإلكترونية للهيئة العاملة لديها.

إعلانات الرأي: ـ يحدث في الولايات المتحدة أن تشتري مجموعة أيديولوجية أو شركة (موبيل أويل) صفحات من دوريات لتكشف عليها بعض التجاوزات التي تقوم بها وسائل الإعلام. فقد اشترى وكيل قديم للرئيس ريغن صفحتين من الواشنطن بوست للاحتجاج فيهما على التعليق الذي قدمته هذه الصحيفة عن موت شقيقه.

استبيان عن الدقة والإنصاف: ـ يرسل من وقت لآخر للأشخاص المشار إليهم في الصحيفة أو الذين ينشرون مقالات موجّهة لجميع القراء، للاستفسار عما إذا لاحظوا أخطاء في الوقائع أو مؤشرات لتحيّز؟ في هذا الشكل الثاني لا تكلف أداة المساءلة هذه الكثير. وإن المرء ليعجب من قلة استخدامها.

البيان الداخلي: ـ يتعيّن على رؤساء تحرير أية صحيفة أن يتصرفوا كمربّين، وأن يذكروا بالمناسبة بمبادئ العمل الصحفي وبقواعد الدار. حتى أن هناك تقليداً قوياً غير مكتوب أسسه رئيس

تحرير كبير بقي بعد موته وهو H. Beuve-Méry من صحيفة لوموند يحتاج أحياناً لأن يذكر.

قانون الانضباط المهني: ـ أي قانون يعتمده محترفون بعد نقاش هو أداة مساءلة اجتماعية (مارس MARS) في الحد الذي يكون فيه معروفاً فقط. فمجرد وجوده يفرض عندئذ ضغطاً معنوياً. وفي الولايات المتحدة حيث اتخذت أغلب الصحف لنفسها «ميثاقاً في التحرير» قام بعضها بنشره على فترات.

اتخذ اتحاد الصحفيين الروس عام 1994 قانوناً له: نال من وقّع عليه بطاقة احتراف من النقابة (مصادقاً عليها من قبل رئيس الاتحاد الدولي للصحافة) تؤمّن له مزايا متنوعة (كالحصول على المعلومات وعلى التأمينات).

صفحة أو برنامج عن وسائل الإعلام: ـ لا بد وأن يتضمّنا انتقادات علاوة على الأخبار، إذ نجد منها في الصحف الجادة وفي المجلات الراقية. يمكن أن يتعلق الأمر كذلك ببرامج منتظمة إذاعية وتلفزيونية كبرنامج «Media watch» وهو عبارة عن عرض أسبوعي على الفضائية ABC (في أستراليا) أو حتى «Inside Story» بين الأعوام (1981 ـ 1985) الذي أنتجته شركة PBS في الولايات المتحدة التي تخدم المحطات «العامة».

المجلة النقدية[1]: ـ هذه المجلات المحلية أو الوطنية الخاصة بالعمل الصحفي (JR) مكرّسة لنقد وسائل الإعلام في بلد أو مدينة ما، ولكشف مواربتها وتغاضيها عن بعض المواضيع ولنشرها أخباراً

---

(1) راجع ك.ج. برتراند فيما يتعلق بهذه المجلات وبنصائح صحافية في مؤلفه «ترسانة الديمقراطية» الذي صدر في باريس عن دار Economica عام 1999.

معتماً عليها[1]. ربما تدخل مجلة لو Le canard enchaîné في فرنسا ضمن هذه الزمرة.

أسّس قسم الصحافة أكثر مجلة شهرة وهي (مجلة كولومبيا عام 1961) ولكن المجلة الرائدة (في الواقع Infact لصاحبها ج. سلدز G. Seldes التي كانت تصدر بين الأعوام 1940 ـ 1950) ومجلات صدر العصر أي (بين الأعوام 1968 و1975) مثل مجلة شيكاغو للعمل الصحفي، فقد كانت من عمل صحفيين متحمّسين لا يزال القليل منها يصدر بسبب نقص الوسائل والجمهور والمروّجين. أما في التسعينات فقد اتسّم العديد منها بالطابع السياسي. لليسار صدرت (إكسترا! Extra عام 1986) ولليمين بشكل خاص ظهرت (Media Monitor) ولكن الأكثر طموحاً لم تكن قد ظهرت بعد وهي (Brill's Content) التي برزت عام 1998.

ما دلّت عليه هذه المجلات هو أن بعض الصحفيين على الأقل لم يعودوا موظفين خاضعين، فهم يجاهرون باعتراضهم. وانتشر هذا الموقف الجديد. فقد كانت المجلات النقابية هجومية أما مجلات التجمعات فقد أصبحت كذلك. حتى المجلات العلمية لم تعد تتردد في كشف حالات التقصير.

كانت إحدى المبادرات المؤيّدة لمجلة (مور More التي صدرت بين الأعوام 1971 ـ 1978) هي ابتكار جائزة ليبلينغ. وكان لا بد للنقد في الواقع أن يكون إيجابياً أيضاً وأن يأخذ شكل مكافآت، من مديح وتمجيد وترفيع وجوائز محلية أو وطنية. ومن يشك بقيمتها عليه أن يفكر برسائل التقريظ التي أرسلها قراء، والتي وضعها رب عمل هوليوودي في إطار ليعلّقها على جدران مكتبه.

---

(1) بهذا المعنى تعتبر الكمية الكبيرة من المنشورات «الملحقة» (البيئية مثلاً) مجلات صحفية (JR).

التقرير أو الكتاب النقدي: ـ تكشف تقارير من إعداد لجان خبيرة بمبادرة من تجمعات (مثل MTT)[1] أو جهات خدمية رسمية (كمجلس الشيوخ) أحياناً بمناسبة أزمة ما عن تقصير وسائل الإعلام وتلمح إلى وجوب إجراء تحسينات، وهذا ما تفعله أيضاً كتب ألفها محترفون أمثال (Alain Woodrow)[2] أو مراقبون أمثال (Alain Minc)[3].

التصريح العلني: ـ يمكن أن يكون للرأي المعارض لبعض الشخصيات حول وسائل الإعلام تأثير كبير سواء من حيث جهتها كما في حال الانتقادات العنيفة التي وجهها نائب الرئيس آنيو Agnew عام 1969 ضد وسائل الإعلام «ذات الميول اليسارية» أو من حيث استخدام صياغة لافتة كما ورد عام 1961 في وصف رئيس الـ FCC (أي وكالة CAS الأمريكية) التلفزيون الأمريكي على أنه «أرض بور واسعة» وما زال هذا الوصف سارياً حتى الآن، أو من الحيثيّتين معاً كالتعريف المشؤوم الذي أطلقه لينين على مهام الصحافة.

أفلام وبرامج: ـ تظهر أفلام طويلة كفيلم (غياب ماليس Absence of Malice الذي عرض عام 1981) عالم وسائل الإعلام دون رحمة، وكذلك المسلسلات المتلفزة كمسلسل (لو العظيم Lou Grant الذي عرض بين عامي 1977 ـ 1982 أو مورفي الأسمر Murphy Brown الذي عرض عام 1988)، وهناك برامج كـ (وقفة

---

(1) MTT: إنها جمعية فرنسية للمنتفعين من التلفزيون. أسست عام 1990 وهي منبثقة عن تجمّع التعليم والاتحاد الوطني للجمعيات الأسرية.

(2) راجع «التعامل الإعلامي» الذي صدر في باريس عن دار فيلان Félin عام 1991.

(3) راجع «الصدقة الإعلامية» الذي صدر في باريس عن دار جراسيه Grasset عام 1992.

عند صورة أو تلفزيون + TV) تضع وسائل الإعلام في موضع مقلق.

وسائل إعلامية صغيرة معارضة: ـ تقدّم هيئات حزبية وصحف موازية ومهرجانات خطابية سياسية ومحطات FM منضمة وأقنية مستأجرة من الشبكة الأرضية معرفة لما يمكن أن يتعرّض بشكل آخر لأن يخفى. كذلك الأمر ضمن الأنظمة الشمولية، حيث توفر المناشير = الساميزدات (وهي نصوص توزّع تحت المعطف) المعلومات وتشير ضمناً إلى الوسائل الإعلامية العادية. والحال ينطبق أيضاً على الإذاعات السرية أو التي تبث في الجوار، وعلى محطات التلفزيون التي تبث عبر الأقمار الصناعية وعلى الأشرطة السمعية والمرئية (الفيديو).

المحطة العامة للإذاعة والتلفزيون: ـ هل تعتبر أداة مساءلة اجتماعية لوسائل الإعلام (MARS)؟ نعم بالقدر الذي تكرّس فيه نفسها للخدمة العامة وبقدر ما تشكّل بجودتها وتنوّعها وابتكاراتها وشفافيتها نقداً لمحطة الإذاعة والتلفزيون التجارية: فلا فواصل دعائية كل عشر دقائق ولا ترفيه رخيص لجلب الزبائن ولا معلومات يسرّبها مروّجو الدعاية من جميع الجنسيات. فهي تولّد منافسة حقيقية يمكن أن تكون تأثيراتها عظيمة: فاليابان وبريطانيا تقدمان أنموذجاً ممتازاً.

2 ـ أفراد أو مجموعات

هيئات تنظيمية: ـ عقدت النية على دمج هذه اللجان المنبثقة عن الدولة بأدوات المساءلة الاجتماعية لوسائل الإعلام حسب نسبة امتناعها عن تلقّي أوامر من الحكومة وحسب هدفها الأول في حماية الجمهور. كما تكشف لجنة الرقابة العليا CSA ضمن تبنّيهاتها في التزام النظام وضمن تقاريرها عن أخطاء الإذاعة والتلفزيون والألاعيب والفحش الخ... وتتلقى اللجان شكاوى على طريقة

مجلس صحافة تقريباً. إلا أن هذه الهيئات كهيئة FCC في الولايات المتحدة تقوم بفرض احترام مبادئ يمليها برلمان، فتصنّف بالتالي على هامش الضوابط المهنية.

تعتبر اللجنة الرقابية على أرباب محطات الإذاعة والتلفزيون التي جعلها القانون في بريطانيا رقيباً على الإذاعة والتلفزيون عام 1996 لجنة ذات مهام قانونية نوعاً ما، مكلفة بمعالجة شكاوى مستخدمي تلك الوسائل الإعلامية. وهي تستطيع أن تطلب تسجيلات وإيضاحات، وعندما يحدث ذلك تأمر بنشر نتائج أعمالها.

المؤرخ المختصّ: ـ تميل وسائل الإعلام دائماً إلى التكتم على أعمالها إلا أن الجمهور بحاجة لأن يستعلم عنها، بما أنها تشكل اليوم أحد الأنظمة العصبية للكيان الاجتماعي. فمن الواجب إذن أن يتخصص صحفيون في هذا القطاع لتغطية الأحداث الآنية والتفرّغ لاستطلاعات جادة. يعتبر دافيد شو David Shaw من صحيفة لوس أنجلس تايمز، أحد المؤرخين الأكثر شهرة[1]، حيث تحتل تقاريره الطويلة (عن الصحافة الرياضية أو عن العلاقات بين الصحافة والشرطة) مكاناً وسطاً بين كونها مقالات مجلات صحفية أو أعمال جامعية.

نقاد داخليون: ـ عينّت بعض الصحف في الولايات المتحدة لديها لجنة نقد داخلي. كما خصص اليابانيون لجان نقد (Shinshashitsu) منذ عام 1922. تتواجد «لجان تقييم المضامين» هذه في جميع الصحف اليومية الهامة[2]، حيث يتقصّى كل يوم فريق من الصحفيين جريدته بحثاً

---

(1) حاز عام 1991 على الجائزة الأولى بوليتزر Pulitzer التي تمنح لنقد وسائل الإعلام.

(2) وتتواجد أيضاً في وكالات الأنباء وفي نقابة ناشري الصحف اليومية.

عن مخالفات للقانون ويعدّ تقريراً بذلك. ويهتم أحياناً بـ «بريد القراء» ويتلقى شكاواهم. فـ «الرقابة الجيدة» الشهيرة، والمطبقة على الصحافة، هي التي رفعت من سمعة المنتجات اليابانية.

مستشارون في الانضباط المهني: ـ يتوقع أن يساهم النقّاد الداخليون في التربية الانضباطية للهيئة العاملة. ويمكن أيضاً أن تقوم بذلك «لجان تأديبية» مؤلفة من صحفيين يفكرون بالمسائل الانضباطية ويدلون برأيهم حول الحالات كلما عرضت، وينظمون ورشات عمل ويسنّون قانوناً إن لزم الأمر، هناك أيضاً «مجالس تحرير» مؤلفة من ممثلين عن الإدارة وعن الصحفيين، يقع على عاتقهم إطلاع الموظفين الجدد على أجواء العمل. كما يمكن لأية صحيفة أن تتمسك على فترات، بخدمات خبير خارجي (ethics coach) كما فعلت صحيفة Philadelphia Inquirer.

الوسط الإعلامي: ـ غالباً ما يتولى هذه المهمة صحفي ذو خبرة تستخدمه صحيفة مثل لوموند Le Monde أو محطة إذاعة وتلفزيون أو حتى هيئة ضخمة كراديو كندا. فمن الضروري أن يكون محط احترام نظرائه وألا يكون لديه ما يخشاه أو يأمله من السلطة الحاكمة. يقتضي دوره الإصغاء إلى مستخدمي الوسائل الإعلامية المستائين وأن يقوم بتقصّي الأمور وأن ينشر في الحالات الهامة، استنتاجاته في صحيفة أسبوعية، فيفتح للجمهور باباً ويبرهن له أن الهيئة مستعدة لسماع انتقاداته. أما ما يمتاز به عن مجالس الصحافة فهو: سهولة الاتصال والتفاعل السريع. والصعوبة التي يعاني منها هي: لو أراد أن يبقى فاعلاً يجب ألا يظهر نفسه كمحامي للصحيفة ولا كناطق باسم المنتفعين من الوسائل الإعلامية. فهو يصلح أيضاً لأن يكون مرشداً في الانضباط المهني.

عيّن أول «وسيط إعلامي» في صحيفة Louisville الرسمية عام 1967[(1)]. ومما لا شك فيه أن التعيين الأول يعود لعام 1913 عندما أنشأ Pulitzer مكتب تدقيق وإنصاف لتلقي الشكاوى الموجهة لصحيفته World اليومية التي كانت تصدر في نيويورك.

لجان ارتباط: - كانت اللجان الأولى في الولايات المتحدة لجان (صحافة حرة ودورية تجريبية) تجمع بين الصحفيين ورجال القانون لمساعدتهم على فهم متطلباتهم الخاصة ولإقصاء خطر اللجام الرسمي، كذلك الذي فرض على الصحافة البريطانية بحجة ضمان قضايا عادلة. وقد شكلت لجنة من هذا النوع في فرنسا في السبعينات من قبل نقابات وصحفيين وقضاة ورجال من الشرطة. وكان لا بد لمثل هذا الترابط أن يعقد ضمن أي فريق يمكن أن يتصادم معه الصحفيون مما يؤدي إلى خسارة في المصلحة العامة (مع الشرطة أو مع المهجرين الخ. . .) وكذلك مع تنظيمات احتجاجية (كتنظيم الأولياء أو النساء الخ. . .).

مجلس الصحافة المحلي[(2)]: - يرمز هذا المصطلح إلى اجتماعات منتظمة (كل ثلاثة أشهر مثلاً) تضم أعضاء يمثلون بيئة محلية مع مسؤولين من الصحافة المتواجدة في المنطقة تعقد بمبادرة أحياناً من مدير وسائل الإعلام[(3)]، وأحياناً من مؤسسة خارجية (كمدرسة

---

(1) يعتبر الوسيط الإعلامي السويدي المعيّن عام 1969 ملحقاً بمجلس صحافة وليس بوسيلة إعلامية.

(2) لمزيد من المعلومات عن مجالس الصحافة راجع ل. ج. برتراند في مؤلفه «ترسانة الديمقراطية» الذي صدر عام 1999.

(3) حدث أن ذهبت صحيفة مثل (Press-Herald من مدينة بورتلاند في الولايات المتحدة) بعيداً واستدعت مواطنين إلى مجلس إدارتها.

صحافة أو جمعية قراء). وبهذه الطريقة يستطيع المنتفعون من الوسائل الإعلامية التعبير عن امتعاضهم وعن رغباتهم بل عن ميلهم لمعرفة آلية عمل وسيلة الإعلام كي يصبحوا أكثر تفهماً حيالها.

طلبت صحيفة (جورنال ستار) في مدينة Peoria في ولاية إلينوا الأمريكية إلى كل ربة بيت في تقسيماتها الإحدى والعشرين أن تسأل صدفة سكان الحي الذي تعيش فيه عن مزايا وعيوب الصحيفة اليومية. وكان أعضاء هذا المجلس المتميّز يقدمون تقريرهم أثناء غداء شهري ينشر موجز عنه في صفحة أو صفحتين.

هناك ما يشبه ذلك المجلس ألا وهو «لجنة تحكيم المنتفعين» المؤلفة من حوالي اثني عشر منتفعاً يمثلون «قرارها» ويمتثلون أمام وسيلة الإعلام مرة أو بشكل منتظم للرد على تساؤلاتها حول رأيهم بها؛ يتقاضون أجراً عن كل دورة ويثار نقاشهم من قبل ناشط.

مجلس الصحافة الوطني أو الإقليمي: ـ إنه أكثر أداة معروفة لمساءلة وسائل الإعلام (MARS). فهو موجود في جميع الأنظمة الديمقراطية النروجية والجرمانية والأنجلوسكسونية كذلك في بلدان مختلفة كالهند وتشيلي وإسرائيل واستونيا.

كانت الفكرة سويدية الأصل (طرحت عام 1916). وعادت للبروز عام 1928 في تقرير لمنظمة لابور الدولية (Labor) ثم في مشروع قصر شرف اعتمده الاتحاد الدولي للصحفيين عام 1931. ثم استعادت لجنة هوتشنز Hutchins فكرة مجلس وطني عام 1947. وفي عام 1953 أقرت بريطانيا مجلسها الصحفي الذي كان في طريقه ليصبح أنموذجاً.

توجد صياغات لتسمية المجالس بقدر ما توجد مجالس. فقد أنشئت في كندا على سبيل المثال في أطراف المدينة بسبب حجم البلاد. وهي تختلف بظروف تأسيسها وبروادها وبعدد أعضائها وبقضاياها وميزانيتها وسلطاتها الخ. . . للإيجاز، يمكن أن نصنّفها كالتالي:

تنبيه أولاً: توجد أشباه مجالس تضم ممثلين عن الحكومة أو حتى يرأسها وزير للإعلام: مهمتها لجم الصحافة. هناك أيضاً أنصاف مجالس: وهي أيضاً عاجزة بسبب غياب أفراد من خارج وسائل الإعلام. وقد أنشئت في أفضل حالاتها بتعاون أرباب الصحافة والصحفيين كما حدث في ألمانيا وفي النمسا. كما تمثل تلك المجالس في أكثر الأحيان مجموعة واحدة كمجموعة الناشرين كما في الدانمرك أو الصحفيين كما في سويسرا.

تتألف المجالس الحقيقية في أيامنا هذه عادةً من المنتفعين من وسائل الإعلام بنسبة الثلث أو حتى النصف. وهي ملزمة مبدئياً باستخدام جميع الوسائل لتحسين الصحافة؛ أو على الأقل حسب دستور مجلس الصحافة البريطاني القديم الذي ينص على: الحفاظ على حرية الصحافة والتدخل إن لزم بالحكومة، وتقصّي شكاوى المنتفعين ومراقبة التطورات القادرة على الحد من الإعلام بتضامن الشركات الصحافية فيما بينها، ونشر تقارير منتظمة عن عمل المجلس وإحصائيات عن وضع الصحافة. وتضيف مجالس أخرى لهذا الرأي اهتماماً بتعليم العمل الصحفي والبحث.

لم تتابع المجالس بشكل طبيعي للأسف حتى الآن إلا مهمتين هما: أولاً مساعدة الصحافة في نضالها ضد الخصم التقليدي لحريتها وهو الحكومة وثانياً، حث الصحافة على تقديم بيانات للجمهور. وغالباً ما تقتصر على متابعة الثانية. وتجدر الإشارة إلى أنه ليست لأي مجلس سلطة على فرض عقوبة، بل تلتزم وسائل الإعلام المشاركة بنشر أحكامها[1] فحسب.

---

(1) يدل ترفعهم عن نشرها أحياناً في بريطانيا وفي ألمانيا على سبيل المثال على فاعلية بعض الأحكام الأخلاقية البسيطة.

يتوجب على أي مجلس أن يكون قادراً على اتخاذ زمام المبادرة، وعليه بالتالي أن يوفر دراسة منهجية عن الوسائل الإعلامية. ومع ذلك فقد رفض المجلس البريطاني للصحافة أن يفعل ذلك في حين كان هذا التنظير يمارس ضمن لجنة رقابة الجودة Advertising Standards Authority التي أسسها العاملون في الدعاية عام 1978 لتطبيق قانونهم والتي تتلقى أيضاً شكاوى. لا شك أن تعليل ذلك يكمن في نقص الوسائل. فأي مجلس يقتسم سلطة الرؤساء: فلا يمكن بالتالي أن نفكر باحتمال أن يكون سخياً جداً. فالمال لا بد وأن يأتي مبدئياً من مصادر متعددة: من منظمات دولية عامة وخاصة، ومن وكالات حكومية ومؤسسات ونقابات وجامعات وشركات تجارية من خارج وسائل الإعلام.

فريق العمل الوطني المرتبط بوسائل الإعلام (ONG) ـ هناك عمليات «لرقابة الجودة» تتم بمناسبات أو بشكل منتظم تنفذها مجموعات مرتبطة بالوسائل الإعلامية مثل النقابات (كنقابة الصحفيين الوطنية SNJ في فرنسا) والتجمعات المهنية أو الفرق الوطنية الملحقة بوسائل الإعلام ONG (كمراسلين دون حدود)، أو حتى المؤسسات المستقلة كالتي أنشأها أصحاب المال والنفوذ في الصحافة ما وراء الأطلسي لتمويل التعليم والبحث وأوجه أخرى للإصلاح (كمنبر الحرية Le Freedom Forum)[1]. فقد لعبت هذه الفرق في الستينات والسبعينات دوراً كبيراً في إيجاد أو استمرارية أدوات المساءلة الاجتماعية لوسائل الإعلام (MARS).

(1) صادف في فرنسا أنه لم تنشأ أية مؤسسة من هذا النوع من قبل مجموعات مثل هافا Havas وهاشيت Hachette وTFI.

تجمّع المواطنين المناضلين: ـ يمكن أن يتعلق الأمر بحركات متشددة جداً أو ذات مرامٍ ضيقة، تنشر لائحة البرامج التي لا تستسيغها وأسماء المعلنِّين الذين يموّلونها (وهي خطة فاعلة أحياناً). وأن حسن الظن فهي جمعيات لمستخدمي وسائل الإعلام التي تلجأ إلى عقد اجتماعات تعاطف أو إلى إجراء حملات مراسلة أو استطلاعات للرأي أو تقييم منهجي أو توجيه نداء للمشرّعين أو تقديم شكاوى إلى الهيئات التنظيمية أو رفع قضايا وتلجأ هي أيضاً إلى أساليب المقاطعة.

نال برنامج «بعض الإثارة لبرامج أطفال التلفزيون» في الولايات المتحدة عام (1968) نجاحاً باهراً لصالح الأطفال. وقد دعت جمعية مستخدمي الشاشة الصغيرة MTT في باريس عام 1996 تحت مظلة اليونسكو، ممثلين عن منظمات لمشاهدي التلفاز في أوربا وكندا لعقد اجتماع في فرنسا. كما أنشئت في بلد مختلف تماماً هو النيجر، جمعية نوادي إذاعية كانت تنظم الاستماع الجماعي وترسل الانتقادات والاقتراحات.

مجلس التأديب: ـ يمكن أن يتشكل ضمن نظام معين (كالتنظيم الإيطالي للصحفيين) أو داخل تجمع مهني (كالجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف اليومية ASNE) أو ضمن نقابة للصحفيين كما في أغلب الأحيان في أوربا. تدل التجربة أنه دائم السرية ونادر القسوة: بل يميل إلى إيجاد أعذار لأعضائه.

«تجمّع الكتّاب»: ـ إنها جمعية محترفين إعلاميين تتخذ عادةً مواقف من الشركة التي يعملون لحسابها، وتجهد لفرض كلمتها في التحضير لسياسة التحرير[1] الصحفي. كما تتواجد في محطة راديو

---

(1) كما حدث لمعظم صحف سلوفانيا إثر عملية الخصخصة التي جرت بعد انهيار النظام الشيوعي.

فرنسا جمعية تنشط في فترة الأزمة. تعتبر أداة المساءلة هذه (MARS) نادرة. والأكثر ندرة أيضاً هو أن تحوز الهيئة العاملة على وسيلتها الإعلامية بشكل كامل.

«تجمّع مستخدمي وسائل الإعلام»: ـ يندر وجودها أيضاً. فهي جمعية من المواطنين تطالب بأن يكون لها تأثير في وسيلة إعلامية وأن تفرض كلمتها في السياسة العامة للهيئة كما يحصل بالنسبة «التجمّع قراء» صحيفة لوموند Le Monde. هناك مثال بارز جداً هو: مثال الشبكات الأرضية للريف الكندي لمقاطعة مانيتوبا Manitoba التي ربطها مستخدمو الوسائل الإعلامية بشركات ضخمة كانت تتوقع كسب ملايين الدولارات من ذلك. وقد نجحوا في جعل اللجنة الإدارية لكل شبكة تنتخب سنوياً ضمن كل فئة اجتماعية.

الهيئة الرقابية لوسائل الإعلام: ـ مهمتها مراقبة سلوك الوسائل الإعلامية ونشر أنواع التقصير التي تلاحظها. فإذا حدث وكان هذا التقصير علمياً فسيتصدى لها الجميع وخاصة في الولايات المتحدة. حيث يجهد خبراء أخصائيون في العموميات والخصوصيات من اليسار (ينشرون في بروجكت سنسورد Project censored)[1] ومن اليمين بطبيعة الحال في منشوراتهم إلى إثبات أن الوسائل الإعلامية تشوه الخبر وتلوث العقول.

3 ـ عمل مرحلي

الإعداد الجامعي: ـ يتعرض أي صحفي تلقى تأهيله في موقعه أو في مدرسة تقنية صرفة لئلا يكون إلا مجرد حامل قلم، يعامل

---

(1) تقوم هيئة رقابية من نقّاد وسائل الإعلام سنوياً ومنذ عام 1976 بإعداد لائحة «بعشرة أخبار أفضلها تعتيماً» تنشرها جامعة سونوما (التابعة لولاية كاليفورنيا).

لأول وهلة كفرد متعدد المواهب خاضع لسلطة الهيئة التي يعمل لديها ولأعيانها، المهتمّين جداً بمصالحها والغافلين جداً عن أدبيات المهنة.

بدا ذلك جليّاً في التسعينات من القرن المنصرم في أفريقيا السوداء كما في بلدان أوربا الشرقية. فالجيل الجديد من الصحفيين الذي حل دون سابق إنذار محل جيل ناطق باسم نظام ديكتاتوري هو في معظم الأحيان غير مؤهل على العمل الصحفي وعلى أخلاقياته.

أما في أيامنا هذه، فقد درس ثلاثة أرباع الشبان الفرنسيين أو الأمريكيين تقريباً الصحافة في الجامعة مما أدى إلى التخفيف من العداء المتبادل بين العاملين في الوسائل الإعلامية وبين الجامعيين. فالجامعة هي أكثر استقلالاً من المؤسسات الأخرى حيال الحكومات وأوساط الأعمال. فهي تستطيع بالإضافة لخبرائها ولمصادرها المستوحاة أن تقدم قاعدة لانطلاق أدوات مساءلة اجتماعية للوسائل الإعلامية (MARS).

ما تفتقر إليه الجامعات هو الأموال. فلا بد للشركات الإعلامية في كل مكان أن تشجع مادياً على تأهيل الكوادر المهنية كما تفعل في الولايات المتحدة: كمنح للمدارس وبعثات للتأهيل المستدام وتمويل للبحث.

التأهيل المستدام: ـ يحتاج الصحفيون لتحسين خبرتهم في اختصاص معين وللاعتكاف أحياناً كي يفكروا بمهنتهم. يمكن لذلك أن يتم خلال سنة أو نصف سنة أو خلال منحة جامعية[1] أو دورات أسبوعية.

(1) مثلما يفعل مركز توزيع المنح الصحفية، الذي يموّل بهبة من رجل المال نايت Knight، والذي يستقبل كل عام حوالي عشرين صحفياً في جامعة ستانفورد.

تنظم ورشات ليوم واحد (إما داخل الصحف[1] أو في خارجها) من قبل جمعيات مهنية أو مدارس صحافة أو مجموعات ملحقة بوسائل الإعلام ONG. فهي بطابعها العملي (كدراسة الحالات وتمثيل الأدوار) تضع النقاط على إدراك الصحفيين لمسؤولياتهم وتوفر لهم إرشادات سلوكية تجاه مصادرهم وتجاه رؤسائهم والمستفيدين من عملهم.

الوسائل الإعلامية في المدرسة: ـ يفسر حجم الوقت الذي يخصصه الناس لوسائل الإعلام أنهم يعرفونها ويعرفون استخدامها لمصلحتهم. وجميع الأطفال بحاجة لتلقي علوماً حول الأسس البنيويّة للوسائل الإعلامية وحول مضامينها وتأثيراتها ولتعلّم كيفية استهلاكها لا بل كيفية إعدادها (كالصحف وحتى الإذاعات المدرسية).

التشاور مع مستخدمي الوسائل الإعلامية: ـ درجت الموضة في الولايات المتحدة في بداية التسعينات في القرن الماضي إلى تخصيص فترات استماع هي (مكالمات القراء الليلية reader call-in nights): حيث كانت كوادر التحرير تضع نفسها في بعض الأمسيات تحت تصرف القراء هاتفياً؛ وهناك نوع آخر من الاتصال حيث يتحاور صحفيون في مبنى الجريدة أثناء استراحة الغذاء مع مدعوٍ، حول أنشطته في مجتمعه.

ويمكن أن تجرى اعتيادياً لقاءات بين محترفين وقرّاء في منتدى للصحافة، أو تقوم الوسيلة الإعلامية أيضاً بتنظيم «اجتماعات بلدية» Town meetings يستعلم فيها الصحفيون عن هموم السكان وعما ينتظرونه من الصحافة المحلية. ثم يساعدونهم على التحرك وعلى حل

---

(1) ثلثا الصحف في الولايات المتحدة تنظم مثل تلك الورشات (كصحيفة البحث الصحفي Newspaper Research Journal التي أقيمت في شتاء عام (1992).

مشاكلهم كما ورد في كتاب (الصحافة الوطنية ص 77).

دراسات استطلاعية: ـ احتاجت الإذاعة التي كانت تجارية في وقت مبكر جداً في الولايات المتحدة، لأن تبرهن للمعلنين على استقطابها للمستمعين كما فعل التلفزيون فيما بعد. وقد اكتفت الصحافة المكتوبة حتى الستينات بالبرهنة على انتشارها. وبما أن التنافس أصبح شديداً فجميع الوسائل الإعلامية تريد أن تتعرف على الطبقات الديموغرافية لجمهورها وعلى آراء واحتياجات ورغبات كل طبقة لتتمكن من حصرها وبيعها لمعلنين خاصّين.

يعتبر الدافع تجارياً ولكن الأثر آن من أداة مساءلة اجتماعية (MARS) وغالباً ما توضع عبارة بحث «إداري» (في خدمة وسائل الإعلام) مقابل بحث «نقدي» (في خدمة الجمهور) على غرار ما فعل الرائد لازارسفلد Lazarsfeld. والبحثان في حقيقة الأمر، لا يستغنى عنهما.

السمعة الانضباطية: ـ تحتاج أية وسيلة إعلامية للتحقيق في مستواها الأخلاقي. ما هو سقفها بالأخطاء؟ وهل تعتبر قواعدها الداخلية معروفة ومفهومة ومطبّقة من قبل الهيئة العاملة لديها؟ ما رأي جمهورها بخدماتها؟ وهل تعتبر علاقاتها به كافية وفاعلة؟ وأي عمل يمكن القيام به من أجل تحسين الوضع؟ رقابة بسيطة يمكن أن تعدل من السلوكيات.

البحث ذو الهدف غير الربحي: ـ تجريه الجامعات ومختلف المعاهد (كالهيئة الرقابية الأوربية للوسائل السمعية البصرية في ستراسبورغ منذ عام 1992) وتجريه (مرابع الفكرThink Tanks) في الولايات المتحدة، وهي مراكز فكرية وبحثية تموّلها مؤسسات خيرية. وجميعها يستخدم خبراء مؤهلين لإجراء دراسات مطولة وموسعة وكذلك دراسات تجريبية توفر معطيات مدعمة بالأرقام. فلم يعد

يكتفي نقد الوسائل الإعلامية بأمثلة اعتباطية وبقصص فكاهية. كما أن الجدال حول الضوابط المهنية ذاتها غالباً ما يحدث بإيقاعات بليغة أي باتهامات مبهمة وردود تأثّرية، فالأمر يحتاج لأرقام مستخرجة من تحليلات ذات مضامين وتحليلات خالية منها، ومن دراسات حول المستمعين ومن مقارنات تاريخية.

تعتبر هذه الدراسات ضرورية بشكل خاص: أولاً لإدراك حالات التعتيم والتشويه المستمرة التي ترتكبها الوسائل الإعلامية، وهي الأخطاء الأشد تأثيراً، لأن الجمهور العريض لا يلاحظها. ثانياً من أجل تقييم مؤثرات فعالية الوسائل الإعلامية في مجتمع ما وخاصة على المدى البعيد؛ وبالتالي للإيحاء بسلوكيات أفضل.

يمكن لأدوات المساءلة الاجتماعية للوسائل الإعلامية (MARS) أن تصنّف استناداً لمنشئها، فبعضها من داخل عالم وسائل الإعلام وبعضها الآخر من خارجه، وهناك أدوات أخرى تتطلب تعاوناً من الوسائل الإعلامية ومن المجتمع البيئي.

MARS داخلية

إبراز التصحيح	قانون في الانضباط المهني
مؤرخ مختص	سمعة انضباطية
نقد داخلي	مستشار في الضوابط المهنية
مجلس تأديبي	مراقب إعلامي
صفحة أو برنامج عن وسائل الإعلام	دراسات استطلاع للرأي
بيان داخلي	تجمّع الكتّاب

MARS خارجية

مجلة نقدية

وسيلة إعلامية صغيرة ومعارضة

تقرير أو كتاب نقدي

تصريح علني

(ONG) فريق أو مؤسسة ملحقة بوسائل الإعلام

هيئة رقابية لوسائل الإعلام

بحث دون هدف ربحي

تربية جامعية

وسائل إعلامية في المدرسة

جمعية الدفاع عن المستهلك

جمعية المواطنين

تجمّع مستخدمي وسائل الإعلام

المحطة العامة للإذاعة والتلفزيون

هيئة تنظيمية

MARS تعاونية

بريد القراء

إعلان لاستطلاع الرأي

استبيان عن الدقة والإنصاف

مشاورة القراء والمستمعين

لجنة ارتباط

مجلس محلي للصحافة

مجلس وطني أو إقليمي للصحافة

تأهيل مستدام

فيلم أو برنامج

III - أدوات المساءلة الاجتماعية للوسائل الإعلامية .M.A.R.S في أوربا[1]

هل لاحظتم تزايداً بالاهتمام بالانضباط المهني للوسائل الإعلامية في التسعينات؟ ولا أي اهتمام: 5% ـ اهتماماً قليلاً: 45% ـ لاحظت اهتماماً متوسطاً: 28% ـ اهتماماً كبيراً: 22%.

. . . وخلال الأعوام المنصرمة؟ نعم هناك اهتمام في جميع البلدان عدا في اليونان.

هل حدث أن سنّت وسيلة إعلامية تابعة لفرد واحد (كصحيفة أو محطة راديو أو تلفزيون) قانونها الخاص بالانضباط المهني؟ أبداً: 5% ـ نادراً: 45% ـ أحياناً: 50% ـ غالباً: 5%.

هل يوجد قانون أو عدة قوانين معروفة عموماً؟ نعم: 94% ـ كلا: في بلد واحد.

إن كان الرد بنعم فمن ذا الذي سنّ ذلك القانون؟ نقابة صحفيين: 50% ـ مجلس صحافة: 33% ـ الاثنان معاً: 17%.

هل هناك ثمة مشاركة غير محترفة عند تحرير القانون؟ نعم: 6% ـ لا: 94%.

هل يوجد مجلس صحافة وطني أو إقليمي في بلادكم؟ كلا: 28% ـ نعم: 72% (يوجد 13 مجلساً وطنياً ومجلس واحد إقليمي في كاتالونيا).

---

(1) إنها نتائج استطلاع جرى عام 1998 في سبع عشرة أمة أوربية بما فيها تركيا، ولكنها لا تشمل بلدان الإمبراطورية السوفيتية السابقة. تدل الأرقام على النسبة المئوية للبلدان التي جعل منها الخبراء المستشارون (والذين تراوح عددهم من 3 إلى 6) جواباً شافياً. أما بالنسبة لفرنسا فيجدر الرجوع إلى عدد الخريف من عام 1998 من مجلة (ميديا بوڤوار Médias Pouvoirs).

هل يضم أعضاء لا ينتمون إلى المهنة؟ نعم: 70% ـ كلا: 30%.

هل سمعتم من تحدث عن مجالس إعلام محلية؟ نعم: 5%.

هل سمعتم من تحدث عن لقاءات (عرضية) بين الهيئة العاملة في وسائل الإعلام المحلية وأعضاء المجتمع المحلي لمناقشة المشاكل الإعلامية؟ كلا: 53% ـ نادراً: 17% ـ أحياناً: 30%.

هل سمعتم من تحدث عن لجان ارتباط ألحقتها وسائل الإعلام بها لتتوسط بينها وبين فريق اجتماعي يمكن أن تحدث معه مشادات؟ نعم: 12% ـ نادراً: 30% ـ كلا: 53%.

هل يوجد وسطاء إعلاميون؟ نعم: 55% ـ لا: 45%.

إن كان الجواب نعم فما عددهم تقريباً؟ وسطياً: 4 إلى 5 لكل بلد.

هل سمعتم من تحدث عن «مستشارين في الانضباط المهني» في قاعة التحرير؟

نعم: 18% (واحد فقط في بلدين من بلدان ثلاثة) ـ لا: 82%.

هل ترسل هيئات صحافية استبيانات إلى الأشخاص المذكورين في الأخبار الآنية لاكتشاف ما إذا كانوا يعتقدون أنهم عوملوا بدقة وإنصاف؟ نعم: 5%.

هل حدث وأن نشرت صحيفة ما مثل ذلك الاستبيان لمعرفة رأي الجمهور بدقة وموضوعية عرض الأخبار الراهنة؟ نعم: 5%.

هل تقوم هيئات من الصحافة المكتوبة (أو تطلب القيام) باستطلاعات لمعرفة رأي زبائنها بخدماتها؟ نعم (ولكن نادراً): 65% ـ كلا: 35%.

هل جرى بحث (هدفه غير ربحي) حول وسائل الإعلام وخدماتها من قبل مراكز بحثية جامعية: 94% ـ من قبل مجالس رقابية لوسائل الإعلام: 53% من قبل مراكز دراسية تموِّلها جمعيات خيرية: 47% ـ من قبل مؤسسات خيرية أنشأتها وسائل الإعلام: 35%.

هل تنشر وسائل الإعلام تصحيحاً لأخطائها؟ نعم جميعها: 23% ـ العديد منها يقوم بذلك: 35% ـ بعضها: 41% ـ ولا أية وسيلة.

هل تقوم بذلك جميع الوسائل الإعلامية المطبوعة؟ نعم: 60%.

هل التصحيح يكون عادة: واضحاً للعيان: 47% ـ أم خفياً: 53%.

هل تتمتع معظم الصحف والمجلات بـ «بريد للقراء»؟ نعم جميعها: 47% ـ عدد كبير منها: 41% ـ قلة أو لا يوجد: 12%.

ما هو عادة حجم هذا العنوان للبريد؟ أقل من نصف صفحة: 25% ـ نصف صفحة تقريباً: 69% ـ صفحة كاملة: 6%.

هل تنشر من وقت لآخر رسائل نقدية؟ نعم: 78% ـ لا: 22%.

هل سمعتم من تحدث عن وسائل إعلامية تمتلك موقع حوار على الإنترنت؟ كلا: 17% ـ بعض الوسائل: 47% ـ عدد لا بأس به منها: 35%.

هل توجد «انتقادات (في دار الهيئة)»؟ كلا: 76% ـ هناك بعضها: 24% ـ يوجد الكثير منها: 5%.

هل تقوم وسائل الإعلام بنشر نقد ذاتي بشكل منتظم؟ ولا أية وسيلة تقوم بذلك: 50% ـ قلة منها: 44% ـ الكثير منها: 6%.

هل يوجد كما في اليابان، لجان داخلية مكلفة بتقييم المضامين المنشورة؟

لا يوجد أبداً: 76% ـ يوجد بعض منها: 24% ـ يوجد الكثير: 5%.

هل توجد لجان من الصحفيين مكلفة بتفحص المشاكل الانضباطية التي تعرض أثناء التحرير؟ لا يوجد أبداً: 60% ـ يوجد بعض منها: 27% ـ يوجد الكثير منها: 13%.

هل يوجد صحفيون متخصصون بالأخبار الآنية وبنقد الوسائل الإعلامية؟ أبداً: 12% ـ يوجد بعض منهم: 86% ـ العديد: 5%.

هل توجد دوريات تكرّس أساساً لنقد وسائل الإعلام؟ نعم: 47% ـ لا: 53%.

هل هناك برامج إذاعية مكرّسة أساساً لنقد الوسائل الإعلامية؟ أبداً: 50% ـ يوجد بعض منها: 50%.

هل توجد برامج تلفزيونية مكرسة أساساً لنقد الوسائل الإعلامية؟ لا يوجد أي برنامج: 53% ـ يوجد عدد قليل منها: 47%.

هل هناك مسلسلات تلفزيونية (من صنع محلي) تتطرق إلى عالم الوسائل الإعلامية (كمسلسل لو غرانت Lou Grant الذي عرض في الولايات المتحدة)؟ لا يوجد أي مسلسل: 73% ـ يوجد عدد قليل منها: 26% ـ يوجد العديد منها: 5%.

هل يمكنكم ذكر عنوان كتاب نشر حديثاً وقد كرّس للضوابط المهنية الإعلامية: نعم: 81% ـ لا: 19%.

هل أولت نقابات الصحفيين (أو القائمون على الإذاعة والتلفزيون) اهتماماً بالضوابط المهنية؟ نعم: 95%.

هل هناك وسائل إعلامية يمتلكها كلياً أو جزئياً العاملون فيها؟ كلا: 44% ـ القليل جداً منها: 44% ـ يوجد بعض منها: 12%.

هل حصل الصحفيون على تأهيل مستدام؟ نعم: 82% ـ لا: 18% ـ بأي شكل؟ بدروس عادية: 60% ـ بورشات ليوم واحد: 87% ـ بدورات أسبوعية: 73% ـ بمنح نصف سنوية أو سنوية: 53%.

ما هي النسبة الوسطية للصحفيين الحائزين على شهادة جامعية؟ تتفاوت التقديرات بين 10 و90% ـ يقع معظمها بين 30 و70%.

بالنسبة للصحفيين المبتدئين حالياً؟ تتفاوت التقديرات بين 60 إلى 80%.

هل ثمة جمعية مستهلكين تهتم بالوسائل الإعلامية كاهتمامها بالثلاجات أو بالخدمات المصرفية؟ نعم: 6% (في بلد واحد). لا: 94%.

هل ثمة جمعيات لمستخدمي وسائل الإعلام؟ نعم: 61% ـ لا: 39%.

هل تركز تلك الجمعيات انتباهها على التلفزيون؟ نعم: 73% ـ لا: 27%.

هل سمعتم من تحدث عن مستخدمي وسائل إعلامية يشترون توجهات وسيلة إعلامية معينة للتأثير فيما يقال أو يكتب عند انعقاد المجالس العامة؟ نعم: 5% ـ كلا: 100%.

الفصل الثاني
انتقادات وعقبات

تطور الانضباط المهني ضمن أنظمة واسعة ومعقدة، أي في وسائل الإعلام وفي المجتمع البشري، وهذا ما كان للخبراء الماركسيين في الإعلام الفضل في الإشارة إليه. كما لا بد له أن يتعرّض لانتقادات عديدة ومتناقضة وأن يواجه عقبات من الرهبة بحيث يعود بعضها لأسباب خرافية، مما يفسر طابعها المتخلف.

I - الانتقادات

انتقادات نابعة من القوانين: ـ يقال أحياناً أنه يمكن استخدام قانون وسيلة إعلامية معينة ضدها في المحكمة. وهذا ما حصل في ساحل العاج وما توقعه القانون الألماني. وفي الولايات المتحدة يحذّر محامو الصحف زبائنها من سن قانون لأنفسهم: إذ يخشى من عادة المقاضاة التي يتبّعها مستخدم الوسائل الإعلامية وخاصة في قضايا الذم والقدح.

يساهم القانون في الواقع، بإقناع لجان التحليف للوسائل الإعلامية وفي كل الأحوال تمتلك المجموعات الكبرى وسائل لتمديد

القضايا إلى أن تتمكن من ربحها أو من رد المدّعي. فالقوانين وأدوات مساءلة اجتماعية أخرى لوسائل الإعلام (MARS) من جهتها، تفسح المجال أمام البسطاء لإجبار الوسائل الإعلامية على سماع أصواتهم.

هناك اتهام آخر يتردد هو: أن القوانين أي مجرد النصوص، تهدد حرية الصحافة[1]: إذ يمكن أن يرى حيالها رد فعل هستيري أو خطة تهدف إلى ضمان عدم وضع أي ضابط حتى وإن كان أخلاقياً، أمام حرية كسب المال. بل كانت البرلمانات الإسكندنافية في التسعينات من القرن الماضي تفكر[2] بتحويل النظام الذي وضعه المحترفون إلى قانون عام لتحل بذلك مشكلة تطبيق القواعد: وهذه ظاهرة يؤسف لها جداً.

هناك لوم جدّي: فالقوانين لا تشكل إلا لائحة من المحظورات المبهمة ومن الاعترافات الورعة. فمن يحتفظ بذكريات في مخيلته عن مشاهد التلفزيون في الولايات المتحدة[3] يعتقد أنه يحلم وهو يقرأ قانون نقابة أرباب الإذاعة والتلفزيون NAB (القائل مثلاً: «أنه يتعين على البرامج أن تساهم في النمو الصحيّ والمتوازن للأطفال»). ولو أجريت مقارنة كذلك، بين قوانين صحفيي الاتحاد السوفيتي

---

(1) راجع على سبيل المثال الاحتجاجات التي رفعت ضد مشروع قرار اعتمده المجلس الأوروبي عام 1994.

(2) لم ينتقل أي بلد من البلدان النروجية عام 1996 إلى التطبيق العملي عدا الدانمرك.

(3) راجع كتاب «وسائل الإعلام في الولايات المتحدة» الذي صدر في باريس عن PUF ضمن سلسلة (Que sais je?) العدد 1593 لعام 1997 من الصفحة 95 إلى 116.

السابق والوضع الذي كان عليه الواقع السوفيتي لوجد المرء نفسه موزعاً بين الضحك والبكاء.

ففي بعض القوانين نجد جملاً مجرّدة من المعنى أو من التعليل. مثال: «دور الصحفي هو قول الحقيقة». ولكن ما هي الحقيقة؟ هل هي في تريليونات الوقائع الحقيقية التي لم تنشر في الواقع أبداً؟ مثال آخر: «يحق للجمهور أن يعرف الحقيقة»: على أي أساس بني هذا الحق؟ أو حتى «يحق للجمهور أن يستعلم»: هل يحق له مشاهدة صورة لزوجة الرئيس الأسبق كنيدي وهي عارية على شاطئ يوناني؟

تبدو القوانين من جهة أخرى كأنها تعكس نظرة الصحفيين عن العالم أي أنه بشكل خاص عالم رجال حائزين على شهادات جامعية، يسكنون المدن وينعمون (في البلدان المتقدمة) بعائدات لا بأس بها. والنساء والفقراء والأقليات العرقية؟ الأمر أكثر وضوحاً بعيداً عن الغرب. فقد اتخذ الصحفيون في الهند طابعاً غربياً وغالباً ما انحدروا من طبقة اجتماعية راقية. وفي كوريا تمثل النساء 5% فقط من الصحفيين.

ماذا يستفاد في كل الأحوال من قانون «إن لم تكن له أسنان»؟ أي عندما ترتئي جمعيات مهنية أو نقابات فرض عقوبات (كالطرد مثلاً) نادراً ما تطبّق. وماذا يستفاد من قانون إن لم يأخذ باعتباره العلاقات السلطوية؟ فهناك مواثيق ترى أنه لا يجوز للصحفي أن يقبل مهاماً مخالفة للآداب. سيجد الفرد أنه من الخطر مراعاة هذه التوصية وخاصة في فترة الأزمات. فيبدو من الضروري أن يقوم الصحفيون بتدعيم قوانينهم: بالحصول على مشاركة في الإعداد لمنشوراتهم وبإدراج القانون في العقود

الجماعية أو حتى في اعتماد بنود قانونية ضمن ميثاق مهني[1].

انتقادات من اليمين ومن اليسار: ـ هناك من عارض حرية الصحافة من أقصى طرفي الطيف السياسي. فمن الطبيعي ازدراء الانضباط المهني (وأساليب تطبيقها) بما أنها ابتكارات سخيفة لديمقراطيين سذّج. فلكي تتم حماية «الأمة» أو «الشعب» كان لزاماً أن تراقب الوسائل الإعلامية إما بقوة الشرطة أو بامتلاكها كلها.

بدا تلاميذ ماركس أي تلاميذ مدرسة فرانكفورت وتلاميذ الحركة الثقافية النقدية وكأنهم يعتبرون مستخدمي وسائل الإعلام ألعاباً خشبية تحركها قبضة أصحاب المليارات. وهؤلاء الذين يملكون معظم وسائل الإعلام أو يوزعون عليها معظم دعاياتهم سيملون على مستخدمي تلك الوسائل كيفية التصرف. تعاني مصداقية هذه الانتقادات من أنهم كانوا غافلين قبل عام 1991 عن التركيز على أكثر الأنظمة الصحافية غير الرأسمالية انتشاراً ألا وهو: النظام السوفيتي.

وتعرض الضوابط المهنية في الأنظمة المغرقة في التحرر على العكس من ذلك، حيث يمكن للمرء أن يتجاوز عمداً أي قانون أو نظام يتعلق بوسائل الإعلام، كمؤامرة شيوعية ضد حرية الكلام وحرية الامتلاك. فيحق للصحفي كما يقال، بألا يتحمل المسؤولية، إذ يمكن لضميره وحده أن يرشده. وإن تقاعست وسيلة إعلامية عن خدمة الجمهور سيستبعدها السوق.

---

(1) يبيح «بند الضمير» الشهير المشتق من (قانون عام 1935 ـ الفقرة 29) في فرنسا على سبيل المثال، إلى أي صحفي بمغادرة قسم التحرير دون أن يفقد حقه في تعويض بطالة إذا منعه تغيير طارئ في الصحيفة وجدانياً من متابعة مشاركته (حسب قانون العمل).

انتقادات عن الواقعيين والماديين المتطرّفين: ـ يعتبر الواقع معقداً جداً والمواقف أكثر اختلافاً من أن يتمكن المرء من وضع قواعد عامة أو من توقع جميع الحالات: فالقانون بالتأكيد مبهم جداً بينما يكون اجتهاد مجلس الصحافة بعد انقضاء بضع سنوات هائلاً جداً. والصحفي عندما يكون على عجل لا يستطيع الذهاب لمراجعة القانون عندما يستدعي الأمر اتخاذ قرار. والصحفيون في جميع الأحوال لا يتفقون فيما بينهم حول ما يجب فعله.

يتطلب تطبيق القواعد أن يتفرّغ له أناس منهجياً. ومستخدمو الوسائل الإعلامية من جهتهم، غير منظمين، ويعتقدون أنفسهم عاجزين ويجهلون الوسط. ورب العمل في الوسائل الإعلامية لديه ما يشغله: إذ يفضل قبل كل شيء أن يدير شركته ويطورها. لهذا السبب يمكن أن تكون الوسائل الإعلامية الكبرى أكثر انضباطاً من الصغرى: فهي حقيقة، أكثر غنىً واستقلالاً عن جمهورها وعن معلنيها في آنٍ واحد.

أما بالنسبة للصحفي فهدفه الوحيد لا يكمن في خدمة المستهلك: فهو يبحث أيضاً بشكل طبيعي عن النفوذ والشهرة والرفعة والثروة. ففي الأنظمة الديمقراطية الفقيرة كالهند أو روسيا، لا يمكن لمعظم الصحفيين أن يهتموا بالانضباط المهني: فعليهم صنع الكثير كي يحتفظوا بعملهم ويربحوا القليل من المال، أو الكثير إذا انغمسوا في الفساد. وربما لن يتمكن معظم الصحفيين في العديد من بلدان أمريكا اللاتينية أن يجمعوا الطرفين دون أن يشغلوا وظيفة ثانية (إن لم تكن ثالثة)، غالباً مع معلن أو مصدر إعلامي قوي. حتى في أوربا الغربية، لا بد للمرء من أداء خدمات والاستسلام للضغوط كي ينعم (أو يبقى) في المهنة: إذ يجدر التمتع بدهاء ج.ف.

كان J. F. Kahn ليجرؤ المرء على إلقاء التحية وهو في حال صراع.

انتقادات عن أرباب الوسائل الإعلامية: - يشعر بعضهم بمسؤولية تجاه الجمهور، وأدرك آخرون أن رقابة النوعية لها ثمن. إلا أن القانون بالنسبة لكثير منهم يكفي تماماً. فأية أداة مساءلة للوسائل الإعلامية (MARS) هي مساس بحق الملكية: فالفحّام سيد في بيته. فإذا صادف أن تبرم مستهلك أو مشاهد مما يقدم إليه فما عليه إلا أن يغيّر الصحيفة أو القناة. وعندما يحبذ هؤلاء الأرباب (أداة مساءلة MARS) فبدافع من اهتمامهم «بالعلاقات العامة».

فمن غير المستحيل أن يعود سبب ضعف حماس أولئك القادة للوسائل الإعلامية الخاصة أو الحكومية إلى ما يعرفونه في أدوات المساءلة من مؤشر لتطور معين أي إلى: تحرك بطيء نحو مشاركة المنتجين والمستهلكين (أي الصحفيين والجمهور) في مراقبة وسائل الإعلام.

انتقادات عن المحترفين: - لا يتبنّى الصحفيون اليوم وضعاً موحداً. إذ يمكن أن يكونوا غير مكترثين تماماً بالضوابط المهنية أو مفرطين في التأثر بها. فعندما سأل مجلس رؤساء تحرير الصحف الأعضاء في الأسوشيتد برس APME أعضاءه عام 1994 عن رأيهم بالترجمة البليغة والدقيقة والمتينة للقانون الذي أصدره عام 1975 كانت النتيجة 39% تؤيده و36% تعارضه تماماً. إذ يرى بعض الخصوم، ومنهم صحفيون قدماء، في التنظيم الذاتي مجرد مسحة تجميلية تهدف إلى إعطاء صورة حسنة عن الوسائل الإعلامية وإلى استغلال الجمهور. ويرى آخرون فيه منحدراً زلقاً يؤدي إلى رقابة الدولة.

يرى نجوم الصحافة أي المئة صحفي أو المئتان الذين يغطّون

الساحة في فرنسا بالعلاقات التي يعقدونها مع أصحاب القرار الكبار أنفسهم فوق هذه المسائل. فهم يستثمرون مركزهم من أجل المال (المال الوفير) أو من أجل النفوذ ويدّعون أن الوجدان يكفي تماماً لإرشاد العاملين المحترفين.

II - العقبات

لا تعتبر الضوابط المهنية أو رقابة النوعية حلاً بسيطاً وشاملاً لجميع مشاكل الوسائل الإعلامية، وهذا أقل ما يمكن أن يقال. فلو كانت دواءً شافياً لرأينا أدوات مساءلة اجتماعية في كل مكان. هناك القليل منها على كل، يطبق اليوم. وعدد كبير منها في البلاد الوحيدة التي وجدت تقريباً كلها فيها، أي في الولايات المتحدة، لم يستمر ومعظمها لم يتضاعف. فقد وجد عام 1996 ثلاثون رقيباً إعلامياً تقريباً في الولايات المتحدة من أجل 1500 صحيفة يومية و7500 أسبوعية، و12000 محطة إذاعية، و1500 محطة تلفزيونية و2000 مجلة واسعة الانتشار. ومع ذلك فقد كانت أعمالهم مرضية.

يعود هذا التخلّف إلى المقاومة الكبيرة التي اصطدمت بها أدوات المساءلة (MARS). فالتحديث لا يحبّذ في أية مهنة وخاصة عندما يضع بعض السلطات والامتيازات موضع تساؤل. ضمن العقبات التي تعترض رقابة النوعية هناك: سوء الفهم أو الجهل بل الأخطر من ذلك طبيعة الإنسان أو طبيعة أداة المساءلة (MARS).

1 ـ اعتراضات غير مبررة

التهديد بالعودة لرقابة الدولة: ـ غالباً ما يسمع وخاصة في الولايات المتحدة من يعبّر عن خشيته أن تستخدم الدولة أساليب

الرقابة الذاتية لتحدّ من حرية التعبير. إي أن تقوم بتحويل مجلس صحافي على سبيل المثال إلى محكمة استثنائية. إلا أن هذه الخشية لم تبرر أبداً حتى في الهند التي أعاد فيها القانون[1] المجلس لمتابعة أعماله.

عبثية: ـ يشير بعضهم إلى أن الوسائل الإعلامية «الجيدة» ليست بحاجة لتطبيق رقابة النوعية عليها: فقد سبق لموظفيها أن قاموا بذلك. أما بالنسبة للوسائل «السيئة» فهي لن توافق على ذلك: لأنها لن تخصّص لنفسها أدوات مساءلة داخلية وسترفض تدخل أية مؤسسة خارجية[2]. وهذا غير مغلوط. ولكن القسم الأكبر من الوسائل الإعلامية ومن الصحفيين ليس جيداً بأكمله ولا سيئاً كذلك. وهم بحاجة إلى خرائط وأدلة إرشادية وإلى حاجز أمان.

تأثير «العلاقات العامة»: ـ أي جهد تبذله الوسائل الإعلامية من أجل رقابة الجودة سيكون هباءً منبثاً. وربما تتظاهر تلك الوسائل باهتمامها بخدمة الجمهور في حين يبقى شغفها معلقاً بأقصى درجات المصلحة وبالدعاية (بالنسبة لبعضها). جراء ذلك، أعيد مجلس الصحافة المحلي لمدينة بيوريا Peoria وأدير من قبل قسم العلاقات العامة للصحيفة اليومية. ويمكننا أن نعجب ألا تكون هذه الوصفة التجارية الناجحة قد احتذي حذوها. وأن تكون أدوات المساءلة الأخرى (MARS) قليلة العدد في حين يرحب بها مستخدمو وسائل الإعلام عموماً أفضل الترحيب.

---

(1) من اللافت أن بدأت أنديرا غاندي، بعد أن أعلنت حالة الطوارئ عام 1975، بإلغاء مجلس الصحافة.

(2) تعرّض مجلس الصحافة البريطاني ببطء للدس من قبل صحافة شعبية منحطة بشكل خاص.

العداء الحزبي: ـ يرى بعض النقاد أن الانضباط المهني ليس إلا قناعاً يتشح به الناشطون المناهضون للوسائل الإعلامية اليساريون بالنسبة لمعظمهم. وفي أي مجتمع محافظ يكون المدافعون عن النظام الحاكم بالتأكيد تقدّميين. ولكن حتى في الولايات المتحدة تأتي بعض الانتقادات الأكثر حدّة من اليمين كمجموعة AIM[1]. تأييداً لهذا القول، تدل التجربة عندما تشمل أداة مساءلة (MARS) مستخدمين لوسائل الإعلام، أنهم ليسوا أبداً مناهضين منهجياً للوسائل الإعلامية.

الجهل: ـ يمكن لهذه العقبة السلبية أن تمحى بسهولة. فقد سمع الجميع من تحدث عن الانضباط المهني ولكن لم يسمع أغلب الناس داخل الوسائل الإعلامية كما في خارجها، ببساطة من تحدث عن أساليب مختلفة لمراقبة الجودة ابتكرت وخضعت للتجربة وأثبتت صلاحيتها وفاعليتها. فوسائل الإعلام هي المسؤولة عن هذا الجهل: فلم تكلف نفسها عناء الكشف عن أدوات المساءلة الاجتماعية (MARS) وعن التعريف بها. فقد كان معظمها يرفض حتى وقت قريب، إثارة موضوع الضوابط المهنية.

2 ـ عقبات حقيقية

تبعية الصحفيين: ـ لا بد لمحترف، كي يكون نجماً متألقاً على الأقل بنظر مستخدمه من أن يطيع الأوامر ليحظى بنشر ما يكتب وزيادة في راتبه أو بترقية. أما في العالم الثالث وفي البلدان الثرية وفي

---

(1) Accuracy in Media: AIM وهي مجموعة تفضح منذ أكثر من عشرين عاماً تقدمية وسائل الإعلام ضمن منشورات وبرامج وإعلانات دعائية.

الأوقات العصيبة لا يمكن للصحفيين أن يجرؤا على تعريض عملهم للخطر، ولا يستطيعون التصدّي لرؤسائهم بحجة الالتزام بالضوابط المهنية إلا إذا تمتّعوا بحصانة قانونية ونظموا أنفسهم وحصلوا على دعم من الجمهور.

الأسلوب المحافظ: - ذكرت نقابة الصحفيين الوطنية (SNJ) وهي كبرى النقابات في فرنسا في كتابها الأبيض لعام 1993 «الانعكاسات المهنية القديمة والمحافظة لمهنة تطالب بحقها الشامل بالنقل بل لمهنة تدّعي الإفلات من أية مساءلة باسم نوع من التقديس الذي تحيط به نفسها». ولكي يتم إصلاح العاملين في الوسائل الإعلامية، أولئك الذين لا يحبّذون التغيير كغيرهم من بني البشر، لا بد من ممارسة ضغط قوي عليهم واستخدام التهديد أحياناً. وغالباً ما يخشى أن تتدخل الدولة بقوانين تجبر أصحاب الوسائل الإعلامية والمحترفين بوضع تنظيم ذاتي لها.

روح التكتّل: - يدافع تجمّع الشركات عن نفسه من أي هجوم خارجي، مما لا يدعو للدهشة، بل يبدو الوحيد الذي لم يتخذ أي إجراء لرقابته الذاتية. فهل يمكن أن يتسّم جميع الصحفيين بالكمال؟

قال المدير العام لإحدى المجلات الكبرى عام 1993 بصدد قضية فيلمان Villemin: «يجب ألا تخجل الصحافة مما فعلته. فلم يقم الصحفيون إلا بواجبهم المهني ولسنا ملزمين بشكل خاص بمحاكمة أنفسنا». فالذئاب لا تأكل بعضها بعضاً[1]؛ ومن النادر أيضاً أن تنتقد وسائل الإعلام بعضها بعضاً. وكذلك الأمر بالنسبة

(1) كانت مجلتا Time Magazine Le Canard enchainé تشكلان حالة استثنائية.

للصحفيين. ففي هذه المهنة كما في غيرها، يصعّد أحياناً التضامن ليصل حد التآمر. ففي التلفزيون مثلاً يغطى على المخطئين مهما كان نوع فسادهم، بالصمت، ونادراً ما تمثل أمام مجالس التأديب منظمات مهنية. وقد استطعنا مقارنة العداء التقليدي لأدوات المساءلة الاجتماعية (MARS) برد فعل جماعي لبيروقراطيين نموذجيين لشركات كبرى. فهم لا يحتملون تدخل الجمهور في عالمهم الصغير.

التعطّش للسلطة: ـ يدرك المالك وممتهن الصحافة كل من طرفه، أو يعتقدان أنهما يتمتعان بسلطة. فهما يريان أنهما بإسهابهما في الحديث عن «الإعلاقراطية médiacratie» يستطيعان بسط نفوذهما، ولا يتم ذلك إلا عند التعتيم على الخبر ولا يحتملان أن يشاركهما بهذا الامتياز أحد.

التعاظم: ـ يعتقد المحترفون في الصحافة أنهم أصحاب[1] كفاءة وشجاعة سواء كانوا كذلك أم لا. ويرفض بعضهم ممن نال سمعة الاعتراف بأنهم يرتكبون أخطاء وخاصة إذا أشار إليها أحد القراء الذي لا يعرف شيئاً بنظرهم ولا يفهم شيئاً، أو أنه يعظ لسبب من الأسباب. وفي عام 1986 أجرى الاتحاد الدولي للصحفيين تعديلاً بسيطاً على (إعلان بوردو) الذي أصدره عام 1954 وليس على الخاتمة وهو أن «الصحفي لن يوافق فيما يتعلق به مهنياً، إلا على محاسبة نظرائه دونما أي تدخل حكومي أو ما شابه». فالصحفيون يحكمون على أي تدخل وكأنه اقتحام للمحراب الذي يعتكفون فيه لتكريس وقتهم لرسالتهم، كونهم كهنة الإعلام الكبار.

(1) وجه صحفيون أجانب يعملون في باريس اللوم بقولهم: إن زملاءهم الفرنسيين لا يكادون يلتفتون إلى أخطائهم.

وفي الواقع يكادون يقبلون أن توجه إليهم الملاحظات شرط أن تكون صادرة عن نظراء لهم: فأية سلطة وأي دعم علوي أعطاهم الحق لأن يظهروا كقضاة؟ إنهم الصحفيون الذين يتصدّون في معظم الأحيان لتعيين رقيب إعلامي في قسم التحرير لديهم.

لا تحصل مجالس الصحافة أحياناً على نسخ منشورة لقراراتهم. حتى إن الصحيفة اليومية الملتزمة جداً لو دوفوار le Devoir قد انفصلت عن مجلس صحافة كوبيك بعد أن أصدر رأياً ضدها. وقد ظهر موقف طبيعي للأسف في التصريح المثير للدهشة الذي أعلنه أحد رؤساء تحرير صحيفة باريسية راقية حيث قال: «لن أعترف لأحد من خارج (الصحيفة) بحق إملاء ما يحق لي أن أفعله أو لا أفعله». وربما يعتقد مع ذلك أن ازدراء الآخرين يتفاعل أمام تعقيد الواقع نظراً لأنه ينذر أن يكون الصحفيون أخصائيين كباراً بالمواد التي يتطرقون إليها.

حساسية مفرطة: ـ كان الرئيس الأمريكي ترومان يقول: «إن كره أحد الحرارة يجب ألا يبقى في المطبخ». ومع ذلك يصعب كثيراً على العاملين في وسائل الإعلام أنفسهم أن يتحملوا النقد وهم الذين اختاروا التواجد تحت أضواء الأحداث والذين ما فتئ بعضهم من مضايقة الأعيان. وبعضهم يعاني ظاهرياً من كيان هش، ربما بسبب التعظيم الذي يحيط بهم جراء ترددهم على أصحاب الشأن الرفيع. وبما أن التحجيم الذاتي وتحجيم المهنة واردان بين الزملاء[1]، يمكننا

---

(1) هناك عشرة جداول صغيرة لعادات الصحفيين من إعداد M. O. Delacour و Wattenberg صدرت في باريس عن دار Megrelis عام 1983، تعتبر منشوراً غير نمطي.

أن نتساءل ما إذا كان غرور الصحفيين المرهف يخفي وراءه عقدة نقص، وربما يعلل خوفهم من الأمر المستهجن، التبعية والسلبية والتكالب التي تسود في المهنة.

إلى جانب الأسلوب المحافظ والتكتل المهني والتعاظم والحساسية المرهفة يجدر أحياناً أن نضيف قصر النظر وجهل (الماضي وما يجري في العالم الواسع)، فقد جاء الوقت الذي أصبح فيه أكثر المدافعين عن الانضباط المهني حماساً يشك بأن يكون التنظيم الذاتي يوماً ما ممكناً. فلا تزال هناك عقبات أخرى في طريق تحقيقه.

الثمن: ـ تعتبر العقبتان الأخيرتان لإيجاد أدوات مساءلة اجتماعية لوسائل الإعلام (MARS) ماديّتين جداً: إذ لا يمكن تجاوزهما على عكس سابقاتهما، بالتأهيل فقط أو بالمفاوضة أو بالتجربة. لأن معظمها أولاً (وليس كلها) مكلّف سواء من جهة تفعيلها أو التعريف بها.

ويحتاج أي رقيب إعلامي مثلاً لأن يكون صحفياً خبيراً، محترماً جداً وبالتالي شخصية مرموقة ذات دخل مرتفع. أما بالنسبة لمجلس صحافي فيعتبر الحصول على كمية من المال لتسيير العمل أمراً أساسياً لتحسين أدائه أي للبت السريع[1] بالأمور. يلزمه أيضاً بعض المال ليقوم بجميع أعبائه وليس التحكيمي منها فقط وليعلن أنه يمارسها.

لا يمكن توفير رقابة راقية دون أن يموها أصحاب وسائل الإعلام الذين يترددون جداً في ذلك. فإذا كانت أدوات المساءلة

(1) كان يلزم مجلس الصحافة البريطاني الملغى من ثمانية إلى اثني عشر شهراً ليفضّ شكوى.

الاجتماعية MARS لا تهدد أبداً عائداتهم (بل على العكس تماماً) فإنها تهدد دون شك سلطتهم، فهي تمنح الجمهور صوتاً فيما ينشر وتميل إلى تعزيز استقلال المهنيين.

تمثل أدوات المساءلة استثماراً ممتازاً، حيث تدفع جميع الشركات التجارية الكبرى أموالاً طائلة لتحسين الصورة التي كوّنها عنها الجمهور والدولة أو المحاكم. وقد اكتشفت منذ بضع سنوات مغريات الانضباط المهني، إلا أن العديد من الوسائل الإعلامية يفضل عليها شراء أجهزة أو ارتفاعاً في المخصّصات.

تعتبر بعض الوسائل الإعلامية قليلة السيولة، عندها تكون «المسؤولية الاجتماعية» شاقة جداً. فلا تمتلك صحف كثيرة مثلاً الوسائل كي تفرض على الصحفيين رفض رحلة تقدمها له شركة ما. هناك مدير صحيفة يومية مشهور كان يوصي الصحفي بالقبول على أن «يبصق في الحساء» لدى عودته. لا شك أنه حل ولكن غير لائق ويشكل عامل ازدواجية.

الوقت: ـ تتخذ أسوأ العقبات شكلين. من جهة تستهلك رقابة الجودة وقتاً، وهي بضاعة تفتقدها دائماً بيئة الوسائل الإعلامية. كما تنشط من جهة أخرى، على المدى الطويل: فالأسلوب الأمثل هو التربية التي تأتي أكلها بعد سنوات طويلة. علاوة على أن معظم أدوات المساءلة الاجتماعية MARS تتطلب اعتياد المهنيين والجمهور عليها، مما يستغرق وقتاً طويلاً.

عيب أساسي: ـ لا توجد أداة مساءلة اجتماعية واحدة كاملة. نذكر من تلك الأدوات مجلس الصحافة، فهو معقّد جداً والقانون رخو جداً، والوسيط الإعلامي مكلف جداً والتربية بطيئة جداً الخ... ولكن هذه النقائص الخاصة تصبح لا معنى لها تقريباً

إذا ما قورنت بعيب عميق للانضباط المهني: يوشك أن يغيّر من وجهة انتباه أولئك الذين يحددون فعلاً سلوك الوسائل الإعلامية. فمن الطبيعي أن تتخذ القرارات الكبرى في القمة وليس في القاعدة. والمعيار الرئيسي المستخدم إذناً اقتصادي وليس أخلاقياً. والمسؤوليات الهامة لا يتحملها الصحفيون.

من المخزي بالتأكيد لمراسل أن يرمي مقالاً في سلة المهملات لقاء زجاجة خمر. ولكن ماذا نقول من محطة إذاعية تفضّل زيادة مكاسبها على توظيف المراسل الإضافي الذي تحتاج إليه لتغطية الأحداث المحلية تغطية جيدة؟ من المؤكد أن قبول الصحفيين لهدايا أو خدمات عمل يخالف الأخلاق المهنية. ولكن ماذا نقول عن وسائل إعلامية تقوم بإغراء معلنين بقطع وعود لهم بإرفاق دعايتهم بمقالات كتابية لإبرازها؟

حصلت Janet Cooke من الواشنطن بوست في بداية الثمانينات على جائزة Pulitzer الشهيرة عن استطلاع قامت به حول شخصية كانت قد ابتدعتها هي Jimmy الفتاة ذات الثمانية أعوام والمدمنة على الهيروين. كان ذلك مخالفاً لضوابط المهنة ولكنها كانت ترغب بوضع توقيعها في الصفحة الأولى أو أن تنال ترفيعاً أو جائزة. كانت تعلم ما يسرّ الناس وهو: خبر غريب، وما لا يسرهم وهو: تقرير إضافي عن البؤس والمخدرات في أزقة اليهود. لقد كذبت، ولكن قبل أن نحكم عليها يجب أن نفكر بتلك المئات من الوسائل الإعلامية الأمريكية الضخمة التي عتّمت خلال سنوات على المجاعة والأوبئة في أفريقيا لأن المراسل يكلف غالياً ولأن هدفها بشكل خاص هو إرضاء مستخدميها الذين لا يبدون أي اهتمام بالعالم الثالث.

من المستهجن اقتحام حميمية أسرة محاطة بالأسى أو نشر اسم ضحية اغتصبت أو تشويه معنى خطاب بشواهد غير دقيقة: هناك العديد من الأسئلة يشتد حولها الجدل في الاجتماعات. تعتبر

الأخطاء من هذا النوع والتي يرتكبها الصحفيون واضحة جداً لأعين القارئ. ولا شك أنها تشكل بتراكمها حجماً كبيراً. ولكن هل يمكننا كونها خدمة سيئة للجمهور، أن نقارن هذه المخالفات للأدبيات المهنية بأضرار الشركات الإعلامية؟ عندما تمنع مثلاً تطور تقنيات حديثة خلال عقود من الزمن لحماية سيطرتها التجارية على وسائل الإعلام القديمة كما كان الحال في الولايات المتحدة لإذاعة FM وUHF والتلفزيون الأرضي، أو عندما تحذف الأخبار التي يمكن أن تغضب معلنيها أو أوساط عمل أخرى.

لا يمكن لشركة ما أن تكون أخلاقية أو غير أخلاقية بسبب عدم تمتعها بضمير رادع. ما يمكن أن تفعله بالمقابل، هو أن تجعل من احترام موظفيها لأخلاقيات المهنة أمراً ممكناً. فمن الأفضل للصحفي أن يتحقق من أخباره: هل توفر له محطته الاتصال ببنوك المعطيات؟ ويستحسن ألا يتلقى صحفي ما مكاناً مجانياً لحضور مسرحية هو ملزم بإعداد تقرير عنها، ولكن هل تدفع له الصحيفة ثمن بطاقته؟

بين السلوك غير الاجتماعي للصحفيين وسلوك الشركات يوحي الفارق بين الدرجات أن الجدال حول الضوابط المهنية يمكن أن يبدو أحياناً دون قيمة والأسوأ من ذلك أنه يبدي أخطاراً جديّة. ألا يحتمل أن يكون الأمر متعلقاً باستراتيجية تقتضي أولاً الإيحاء للصحفيين أنهم محترفون حقيقيون بينما يمنعوا في مكان آخر من أن يكونوا حقاً كذلك بحرمانهم من الاستقلال ومن الوسائل، وتقتضي فيما بعد بتوجيه استياء الجمهور نحوهم ليصبحوا أكباش فداء؟

خاتمة

طرأ تحسّن كبير على الوسائل الإعلامية للكرة الأرضية على مدار الخمسين عاماً الماضية. يعود الفضل بذلك أولاً إلى الوسائل الإعلامية الحديثة: من آثاره نذكر أن «تقنيات الحرية»[1] تجعل من رقابة الاتصال عملية شبه مستحيلة بالنسبة للمستبدّين من كل ملّة ولون. ولكن هيمنة الشركات الكبرى على صناعة وسائل الإعلام تعزّزت. فمن الضروري أن يتحرك المحترفون والجمهور وينظموا أنفسهم ويوجدوا الوسائل للعمل. فقد كان نشاطهم منذ نصف قرن مسؤولاً جزئياً عن الإصلاح العام. وهكذا أجبر الضغط الشعبي الحكومة الفرنسية أخيراً على خصخصة الإذاعة والتلفزيون في بداية الثمانينات.

بيئة حديثة: ـ جرت العادة أن تبدأ وسائل الإعلام في الأوقات العصيبة بالاهتمام بالضوابط المهنية. فهي تميل بالتالي للأسف إلى اعتبارها مجرد أداة للعلاقات العامة، مما يحمل أخطاراً كبرى تحيط برخائها ومستقبلها. أما اليوم فقد نشطت لحسن الحظ قوى عميقة. العامل الأول هو: الارتفاع البطيء لمستوى تربية الجمهور وتنظيم نشاطه. كما فهم الناس أن هناك خدمات إعلامية كانت محورية، وأن وسائل الإعلام التقليدية لم تكن مرضية وأنه كان

(1) «تقنيات الحرية» هو عنوان لكتاب من تأليف إيتيل دو سولا بول Ithiel de Sola Pool صدر عن مطابع جامعة هارفرد في كامبردج عام 1983.

يتعين على وسائل الإعلام أن تقوم بشكل جيد بجميع مهامها. وشيئاً فشيئاً وببطء شديد سيطر عليها هذا الرأي لدرجة أنها ألزمت نفسها بتحمّل أعباء في حركة الإصلاح. هناك عامل ثان يبدو أنه وعي المحترفين الشبان الأمثل لموهبتهم ونضال بعضهم القوي دفاعاً عن حرية وسائل الإعلام وعن مسؤوليتها.

أصبحت «رقابة النوعية» أكثر فائدة وأكثر قابلية للتحقيق في آن واحد: أكثر قابلية للتحقيق لأنه ازداد إقرار الأمم لحرية الصحافة[1]، ولأن احتكار الدولة للإذاعة والتلفزيون اختفى تقريباً في جميع البلدان. من جهة أخرى أصبحت أدوات المساءلة الاجتماعية MARS أكثر فائدة لسببين، أولاً: تزايد تهديد القوى الجشعة لوسائل الإعلام التي تحولت إلى أسلحة تسلية كاملة؛ وقد رأينا في الماضي كيف كانت تحذف أخبار وآراء حديثة إذا كانت تشكل تهديداً لمصالح الشركات الضخمة. والسبب الثاني هو أن التقنيات الحديثة تبدي وجهاً آخراً مثيراً للقلق. فهي تسهل مثلاً من اقتحام الحياة الخاصة ونشر تقارير مباشرة دون مراجعة أو غربلة أو تمحيص (في التلفاز). كما تسهل من انتشار الدعاية العنصرية النازية والصور الفاحشة المنحطة (على الانترنت).

النوعية لها ثمن: تندرج الضوابط المهنية بالتأكيد في الإطار الأكثر اتساعاً للتقدم العام للنوعية: كتحسين تلقّي الخبر، وكفاءات الهيئة العاملة وتقدم نوعية الصورة واللون والإخراج والطباعة والتوزيع. وهو تطور يعود في آخر المطاف على الجميع، أي على

(1) عيّن أول رقيب إعلامي حقيقي في أوربا في صحيفة يومية إسبانية كبرى هي ال بيه El Pais التي نشأت في نهاية حكم الديكتاتور فرانكو.

أصحاب الوسائل الإعلامية وعلى المعلنين والمهنيين والتقنيين والمتفعين من قراء ومستمعين. فالنوعية يمكن أن تقدم خدمة لصالح الإنسانية وأن تكون ذات فائدة في آن واحد.

يتمنى بعض أصحاب وسائل الإعلام في الولايات المتحدة تحت سهام النقد أن يضعوا أنفسهم بشكل أفضل في خدمة الجمهور، وهذا لأن عدداً كبيراً منهم يشعر بضرورة التحويل. فالتلفزيون التجاري يخسر المشاهدين الأكثر ثقافة والأوفر ثروة مما يسبب حزناً عميقاً للمعلنين. والصحافة المكتوبة تخضع لمنافسة وسائل إعلامية أخرى. والصحيفة ترى أن جمهورها يتلاشى حتى عندما لا يتصدى لها أي منافس. أضف إلى أن بعض أصحاب الوسائل الإعلامية يدركون خطر ضياع حريتهم التي يستفيدون منها بتدخل شخصية تنفيذية أو تشريعية مستعدة لإعاقة عمل الصحافة بحجة ذات صبغة ديمقراطية جداً لتلبية رغبات ناخبيهم.

هناك مشكلة أخرى نادراً ما تثار هي إلحاق الصحفي الأساسي بالطبقة البروليتارية (بتخفيض الرواتب في الولايات المتحدة وتراجع الأخلاق في كل مكان)، وذلك مرتبط باستخدام موظفين غير حائزين على شهادات جامعية، تعاملهم وسائل إعلامية ذات أهداف ربحية جداً كأحجار شطرنج. فمن الممكن أن تأتي الضوابط المهنية بدعم. فهي تزيد من تضامن الصحفيين ومن حمايتهم ومن امتيازهم ونفوذهم وبالتالي من أخلاقهم ومن إنتاجيتهم. أما بالنسبة للجمهور فتزيد الضوابط المهنية من رضاه على المدى المباشر وتعزز ثقته بوسائل الإعلام على المدى البعيد.

صحيح أن بعض وسائل الإعلام المنحلّة خلقياً بدت منعمة كصحيفة سان Sun اللندنية، ولكن الصحافة الشعبية البريطانية في الواقع فقدت ملايين

المشترين منذ ثلاثين عاماً[1]. بينما قررت على العكس من ذلك محطة تلفزيون أمريكية إثر الضجة التي أثيرت في قضية O. J. Simpson خلال عام من الزمن، ألا تتحدث عن الإجرام إلا إذا كان ذلك ضمن المصلحة العامة. وقد رأت أن عدد مشاهديها قد ارتفع فجأة. وقد أعدت أفلاماً خالية من العنف والسوقية والفحش الذي يخدش الحياء استعداداً لعرضها، وهذا ما بدا أن هوليوود تستصعب تصوره. فما كان لفيلم «La Liste de Schindler» الذي ربح مالاً وفيراً أن يصوّر لو لم يقم Spielberg بتغطية الأخطار المالية.

لا يعتبر الأمر عبثياً إذا ذكّرنا أن الضوابط المهنية وأدوات المساءلة الاجتماعية MARS لهما أهداف عديدة هي: تحسين الخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام لمستخدميها وإضفاء بريق على شعار وسائل الإعلام في أعين الجمهور وحماية حرية الكلام والصحافة بطرق مختلفة وحصول المهنة على استقلالية تتيح لها أن تلعب دوراً في نشر الديمقراطية وبالتالي في تحسين مصير الإنسانية.

استقلالية المهنيين: ـ لا يجوز أن يكون الهدف الأول للمهنيين هو زيادة عائدات شركتهم، بل خدمة مختلف الأقليات التي يتشكل منها الجمهور. إلا أنهم لا يستطيعون، كونهم مستخدمين، أن يتصدوا صراحةً لمستخدميهم. فكيف السبيل إلى الإفلات من هذه التبعيّة؟ أفضل وسيلة هي قيامهم بأعمالهم كحرفيين من مستوى عال: بالإبداع في مراقبة الأحداث والنزعات وفي استجواب أصحاب القرار لهم، وفي تناغم المعطيات وفي تفسير الوقائع وفي تحرير المقالات. وهكذا يؤمّنون لمستخدميهم عائدات وفيرة يمكن أن ترضيهم وتصرف انتباههم.

---

(1) مليونان ونصف المليون بالنسبة للصحف اليومية وثمانية ملايين بالنسبة للصحف التي توزع في عطلة يوم الأحد.

وعندما يتصرف العاملون في الصحافة وبشكل مستمر وفقاً لمبادئ وقواعد المهنة أي وفقاً للضوابط المهنية مع توفير خدمات صحفية لا غبار عليها، يربحون من جهة أخرى دعم الجمهور لوسائل الإعلام كصناعة وللسلطة الرابعة كمؤسسة ولهم أنفسهم كخبراء. وإذا ما مارس أحد ضغوطاً مرفوضة ضد الصحفيين يمكنهم عندئذٍ أن يقاوموا متحصّنين بانتمائهم المهني. يمكن أن يفسّر اهتمامهم بضوابط المهنة على أنه مؤشر لاستيلاء المهنيين شيئاً فشيئاً على زمام القيادة.

حرية ونوعية: ـ فهمت فئة قليلة على الأقل من المهنيين في أيامنا هذه وفي معظم البلدان الغربية أن «مراقبة النوعية» كانت بالنسبة لهم تشكل عملية ممتازة لمكافحة النزعة التجارية المخيفة لوسائل الإعلام. وقد فهموا أن بعض الأساليب كأدوات المساءلة الاجتماعية MARS ترضي مستخدمي الوسائل الإعلامية بنشر آرائهم وبالاتصال بالجمهور العريض، وأن هذه الوسائل تزيد بالتالي من نفوذ وامتياز المهنة. وقد أدرك الصحفيون أن أدوات المساءلة الاجتماعية، بعيداً عن أن تمثل تهديداً لحريتهم، كانت تشكل سلاحاً ممتازاً، وربما السلاح المطلق، لحماية حرية الوسائل الإعلامية ضد جميع أعدائها.

هل من قبيل الصدفة أن تكون بريطانيا[1] في أوربا الأوروبية هي الدولة الوحيدة التي بحوزتها أكثر صحافة شعبية غير ملتزمة وأكثر أساليب التضييق على حرية الصحافة قسوةً في آن واحد؟

ضوابط مهنية غير كافية: ـ يمكن أن يبدو التحسن البديهي للوسائل الإعلامية وكأنه يعود بشكل خاص إلى النظام الإلكتروني وإلى رفع الدولة يدها عن الإذاعة والتلفزيون أو لواجبات فرضتها الدولة.

---

(1) راجع كتاب «وسائل الإعلام في بريطانيا» من تأليف كلود جان برتراند الذي صدر في باريس عن دار PUF «سلسلة Que sais-je» عام 1998.

صحيح أن التطور يتم من جهة الانضباط المهني ببطء جليدي، إلا أننا من منظور تاريخي، نلاحظ تغييرات: فقد ولّى زمن صحف الابتزاز وزمن الصحف اليومية الحزبية أو كاد، وانتهت عبودية الراديو والتلفزيون للحكومة وتراجعت الشركات المنحطة وقلّ عدد مصاريف الرشاوى وازداد عدد الصحفيين المؤهلين جامعياً الخ. . .

ربما يكون التقدير المفرط للضوابط المهنية خطراً بقدر الحط من قيمتها. فالتهديد الرئيسي لحرية ونوعية الوسائل الإعلامية في عالمنا الراهن بعد أن زال الكيان الشيوعي أصبح كامناً في الاستغلال الوحشي لأقنية الاتصال من قبل شركات عملاقة مثل Time Warner أو News International. فلا يمكن أن نأمل إلا أن تعود الضوابط المهنية لتكبح نهمهم. فقد أحبط جدار برلين وهو يتداعى الادعاءات المذهلة لمحامي الوسائل الإعلامية السوفيتية ولكن المتمسّكين «بالسوق» ينشطون باستمرار. حتى لو شحنت جميع وسائل «رقابة النوعية» فإن ذلك لن يكفي.

سيحتاج الأمر دائماً لقوانين وأنظمة. أولاً لضمان فرص متكافئة لجميع الهيئات الإعلامية، ثم لكبح ميل الشركات التجارية الطبيعي نحو الاحتكار ونحو التطرف في الاستغلال وإهمال الخدمة العامة. ولأن الصحفي أخيراً غير مسؤول بمفرده عن الصالح والطالح في الوسائل الإعلامية. أليس من العبث أن نفكر بأن الوسائل الإعلامية يمكن أن تشفى من عيوبها إذا تصرف موظفوها فقط وفقاً للضوابط المهنية؟ إلا أن هذا المبدأ واسع الانتشار في البلدان الأنجلوسكسونية حيث يتوقع أن يسود الوفاق بين السوق والانضباط المهني.

أما الأوربيون فقد حافظوا على العكس من ذلك بحكمة على نظام صارم عندما قاموا فجأة بتحرير وسائلهم الإعلامية السمعية

والبصرية من رقبة الدولة في الثمانينات من القرن الماضي، لحماية المصلحة العامة[1] مع إيلائهم المزيد من الاهتمام بالضوابط المهنية. هذا يفسر في الواقع، الحاجة لثالوث هو: القوانين والسوق ورقابة النوعية. ونسبة كل عنصر من هذا المزيج صعبة التحديد: فهو يختلف باختلاف الثقافة المحلية والأحداث التاريخية.

ما يتبقّى فعله

يمتلك الأمريكيون مصطلحاً سياسياً رائعاً هو «الزعامة الأخلاقية» الذي يقضي بربط هدف نبيل ببلد أو مجموعة إنسانية أو بمؤسسة مع العلم أنه لا يمكن التوصل لذلك على المدى الفوري. وهو يقضي بإقناع الناس بصحة هذا المبدأ وبوجوب التحرك في الاتجاه الصحيح دون وهم بل بإيمان. فالدعوة لتأييد الانضباط المهني وأدوات المساءلة الاجتماعيّة MARS منبثقة من الزعامة الأخلاقية.

لو قادنا التفكير إلى البروتستانتيين المتشددين لمنتصف القرن السابع عشر الإنكليزي لرأينا: أن حق التربية والصحة والعمل كان متمثلاً في احتجاجاتهم. ففي الوقت الذي كان يبدو التعليم العام المجاني والإلزامي إلى جانب الأمن الاجتماعي أو تعويضات البطالة ضرباً من الخيال أصبحت اليوم أموراً عادية.

شبكات أدوات مساءلة اجتماعية: ـ هل يتوجب على المرء أن يرضى بكلمات معسولة يسمعها في ورشات عمل أو في دورات أو في مقالات أو في كتب أو في برامج؟ هل يجدر الاكتفاء بسنّ قوانين لن تطبّق أبداً؟ كلا. فالنقاش اليوم حول قيمة أدوات المساءلة الاجتماعية

---

(1) راجع كتاب «المصلحة العامة، مبدأ حق الاتصال» من إعداد E. Derieux و.P Trudel الذي صدر في باريس عام 1996 عن دار فيكتوار.

للوسائل الإعلامية MARS سيكون عبثياً. فقد وضعت جميعها على المحك وأبدت فاعلية، فلا بد أن يكون الهدف الآن هو لفت انتباه المهنيين والجمهور إلى هذه التجربة المحصلة وإلى الاحتمالات المستقبلية الكبرى. وبما أن كماً كبيراً من أدوات المساءلة الاجتماعية أبطال جدد نسبياً على المسرح الإعلامي فلا أحد قد اعتادها بعد. ويتوجب على هؤلاء العملاء غير الحكوميين والمجردين من الأهداف الربحية أن ينخرطوا ويتطوروا شيئاً فشيئاً. فشبكة من أدوات مساءلة لا يمكن أن تنشأ إلا ببطء وحتى ببطء شديد في البداية.

ولماذا تقام شبكة؟ لأنه إذا كانت أداة مساءلة من الأدوات الموجودة مفيدة فأية واحدة غير كافية. ولا أحد يمكنه أن يأمل بالحصول على تأثيرات مباشرة وكبيرة. فهي متكاملة فيما بينها. أما في الحد الذي يعزز بعضها بعضاً يمكن عندئذٍ أن نأمل بأثر كرة ثلجية بعد فترة من الزمن. فالمشكلة الكبرى هي تفعيل الحركة. وإذا اندمجت أدوات المساءلة فيما بينها يمكن أن يكون لها تأثير قوي على المدى البعيد. المهم أن تتواجد بعد عدة عقود من الزمن في كل مكان وأن تعمل فيما بينها دون أن تفقد إحداها استقلالها الذاتي ضمن شبكة واسعة ومرنة.

كالشبكة التي وجدت في وقت من الأوقات في مينابوليس في السبعينات من القرن الماضي. فقد كان لمجلس الأخبار في مينيسوتا Minnesota News Council جذور في كلية الصحافة الممتازة في الجامعة. كما ساعد الأساتذة مجلة الصحافة المحلية (La Journalism review) وقدموا النصح لصحافة التكتل وأنشؤوا لجنة ارتباط بين وسائل الإعلام والقضاء إضافة إلى الكتب والمقالات النقدية التي كانوا ينشرونها والدروس التي كانوا يلقونها.

تقدير: ـ إذا قبلنا أن لا بد للضوابط المهنية أن تكون وفاقية وطوعية يتعين على جميع المهتمين بها أن يناقشوا فيما بينهم مضامينها

وطريقة تطبيقها. وأن توجه جهود الدعوة لذلك نحو القادة بالقدر الذي توجه فيه نحو الفرق. وبما أن همّ إيجاد وسائل تحضّ على احترام القواعد في العالم أجمع تقريباً ظهر أيضاً مع الاهتمام بالضوابط المهنية، فقد بدئ بالتفكير والكتابة وإجراء التجارب: فمن الضروري إذناً أن تنشأ بين مناطق الكرة الأرضية حالات من التبادل الإعلامي. إنها بعض المقترحات. وهي ذات طبيعة عملية: إذ ترمي إلى تعريف العاملين في الوسائل الإعلامية على أدوات المساءلة الاجتماعية MARS وتعريف الساسة والجمهور العريض.

بحث واتصال: ـ لا بد وأن تكون إحدى المراحل الأولى بحثاً، على الصعيد العالمي، حول ما قيل وما تمّ القيام به بشكل خاص في مادة الانضباط المهني لوسائل الإعلام وأدوات مساءلتها اجتماعياً، أي استطلاعاً ميدانياً يجرى بين الأشخاص العاملين أو الذين عملوا في «رقابة النوعية».

ويمكن أن يؤلّف من هذا البيان كتاب يتطرق لتاريخ أدوات المساءلة الاجتماعية لوسائل الإعلام MARS ولطبيعتها المتنوعة ولدورها الاجتماعي كما يتطرق للمشاكل التي تعترض لها. ويمكن لهذا العمل أن ينشر في عدة لغات تكون طبعة واحدة منها على الأقل موجزة وجذابة ورخيصة الثمن.

يتوجب الاستمرار بالإعلام بشكل دائم، ولا بد من أن تنظم اجتماعات في مختلف أصقاع العالم لإثارة اهتمام الصحفيين وللفت انتباه الوسائل الإعلامية ولحث أصحاب القرار في أي نوع على جعل إنشاء أدوات مساءلة اجتماعية من أولى أولوياتها. فقد عقدت بعض المؤتمرات خلال السنوات الأخيرة بمبادرة في معظم الأحيان من المجالس الصحفية في البرتغال وفي ماليزيا والهند والسويد وفي أستراليا. ويمكن لمعهد

الصحافة الدولي IPI وللجمعية العالمية للصحف FIEJ وللاتحاد الدولي للصحفيين FIJ وحتى لليونسكو[1] أن تهتم بذلك: فقد قام بعضها بذلك قديماً. بل قامت بذلك أيضاً مؤسسات تعليمية للعمل الصحفي؛ وفي الولايات المتحدة توجد جمعيات خيرية وتجمعات صحفية تهتم بالنوعية، وفي القارة العجوز (أوربا) هناك هيئات كالمجلس الأوربي.

مراكز ومواقع إعلامية: ـ لا بد وأن تنشأ من جهة أخرى وفي مختلف أصقاع الكرة الأرضي، داخل الجامعات على سبيل المثال، مراكز إعلام واتصال تكرس لتعريف الناس بالضوابط المهنية لوسائل الإعلام ومناقشتها وتعريفهم بالأدوات الاجتماعية لمساءلتها. ومنذ أن انتشر الانترنت أصبحت الإمكانية متوفرة، إنشاء مثل تلك المراكز على (الويب Web) بسرعة وبأقل التكاليف[2].

تكمن مهمتها أولاً في ضم معلومات إلى قوانين الانضباط المهني وأدوات المساءلة الاجتماعيةMARS، وإلى المواضيع الجدلية بما أن البحث وأشكال التأهيل (من دروس أو دورات) لها علاقة بالأخلاق المهنية، وضم معلومات إلى الأزمات ذات الطابع الانضباطي التي تسببها وسائل الإعلام في هذا البلد أو ذاك إذا سمحت وسائلها بذلك. ويتعين على تلك المراكز الإعلامية بعد ذلك وضع هذه المعطيات على الموقع تحت تصرف الجمهور ببريد الكتروني أو احتمالاً بطريق الفاكس أو بالبريد (بالشهادة الشخصية أو بالبطاقات المضغوطة أو CD. ROM الخ...).

---

(1) بقيت شهرتها مع ذلك دون قيمة تذكر داخل الوسائل الإعلامية منذ نشوب قضية النظام الجديد العالمي للإعلام NOMIC.

(2) يمكن أن نستشير موقع المعهد الفرنسي للصحافة. وهو www.u.paris2.fr/ifp بدئ بإنشائه في بداية عام 1999.

يتوجب على هذه المراكز من جهة أخرى أن تشجع على تبادل المعلومات والخبرات والآراء[1]. إذ لا بد وأن تفعّل الاتصال بين الصحفيين ومنفّذي العمل الإذاعي والتلفزيوني والجامعيين والقضاة والساسة ومستخدمي الوسائل الإعلامية بتوفير روابط مع المؤسسات الأخرى للتوجيه الفضائي المهتمة بالضوابط المهنية (إعلامية أم لا) وبأدوات المساءلة الاجتماعية، على حاشية اللقاءات على (ويب web) بالحث على عقد ورشات عمل وموائد مستديرة ومؤتمرات بالاشتراك بنشر أعمال حول الانضباط المهني وأدوات المساءلة الاجتماعية MARS.

لا بد وأن يأتي المال اللازم للأعمال الأكثر طموحاً من أكبر عدد ممكن من المصادر لتحقيق استقلال المشروع: سواء كانت جمعيات أم مدارس أم وكالات تنظيمية أم جمعيات وطنية ودولية لأرباب الوسائل الإعلامية والصحفيين أم محطات إذاعة أو تلفزيون. والقائمة لم تنته بعد.

الانضباط المهني ليس موضة يمكن أن تولد في الولايات المتحدة بعد المعارضة التي جرت في الستينات وفي أوربا بعد حرب الخليج. وهو ليس عملية رد فعل مؤقت سبّبه ارتياب عام. وهو ليس بدعة رجل فكر[2] ولا حيلة مروج دعائي. الانضباط المهني هو الوسيلة الوحيدة الفاعلة والمسالمة في آن واحد لتحسين الخدمة التي تقدمها الوسائل الإعلامية، ولكنه بطيء، فهو يعمل بنفس طويل المدى، وهذا سبب إضافي لتفعيله دونما انتظار.

---

(1) كانت الجمعية الدولية لمجالس الصحافة (بمبادرة أسترالية) موجودة عام 1997 وكذلك جمعية للوسطاء الصحفيين ONO.

(2) لم يصل ليد المدافعين عن الانضباط المهني شيئ من هؤلاء الفقهاء الذين كانوا يتجادلون في السوربون حول مسائل يجهلها الأساقفة والكهنة والرعايا ويسخرون منها.

الفهرس

2008/9/824

أدبيات الإعلام

(ديونتولوجيا الإعلام)

تندرج الضوابط المهنية بالتأكيد في الإطار الأكثر إتساعاً للتقدم العام للنوعية: كتحسين تلقّي الخبر، وكفاءات الهيئة العاملة وتقدم نوعية الصورة واللون والإخراج والطباعة والتوزيع. وهو تطور يعود في آخر المطاف على الجميع، أي على أصحاب الوسائل الإعلامية وعلى المعلنين والمهنيين والتقنيين والمنتفعين من قراء ومستمعين. فالنوعية يمكن أن تقدم خدمة لصالح الإنسانية وأن تكون ذات فائدة في آن واحد.

يقدم هذا الكتاب للقارىء نظرة عامة حول مهام وسائل الإعلام وأنماطها، ضوابط حرية التعبير والاتصال، قوانين وسائل الإعلام الترفيهية، التطبيق العملي لأدوات المساءلة الاجتماعية للوسائل الإعلامية وأدواتها (M.A.R.S)، ثم يطرح بعض الإشكالات التي واجهت الإعلام في الدول الأوروبية والأنكلوساكسونية، من انتقادات وعقبات.


ISBN 978-9953-515-27-4
9 789953 515274

المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع